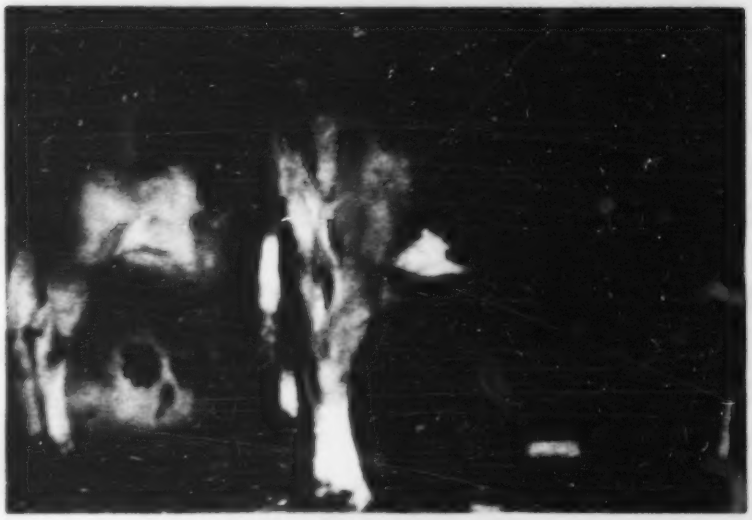
NN 1964
43
N5

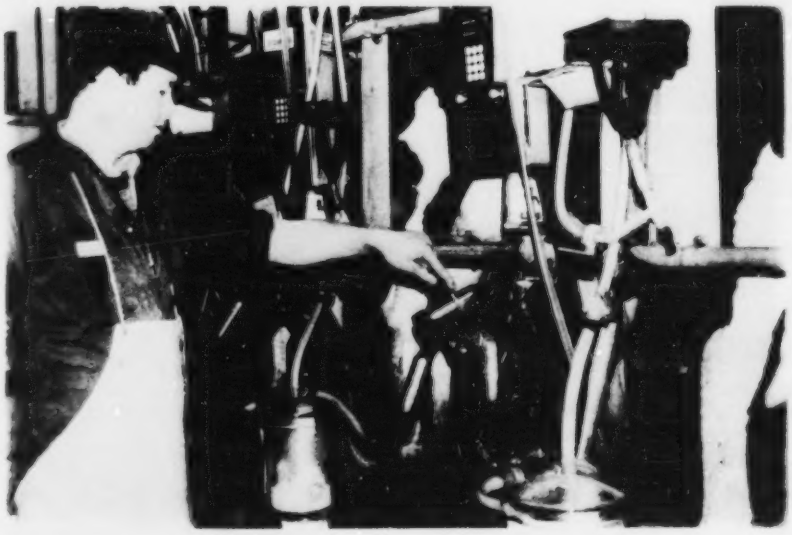
1999 Annual Report

New Brunswick Milk Marketing Board

Then...



and Now...



New Brunswick Dairy Hall of Fame

Grant Floyd
1984

Frank E. Lutes
1985

Sen. Cyril B. Sherwood
1985

Howard G. Trueman
1986

Joseph H. Laviolette
1986

Gustav A. Schousboe
1987

Albert G. Hanington
1987

Dr. Douglas G. Moore
1988

Lionel J. Nadeau
1988

R. Lorne MacDougall
1989

E. Eugene Morris
1989

Earnest P. Jarvis
1990

Dow Goodine
1991

Theodore Fowlie
1992

Percy Waddy
1993

Alan Saunders
1994

Gerard P. Duivenvoorden
1996

M. Wayne McLeod
1997

John Robinson
1998

101-02256/

CHAIRMAN'S MESSAGE

This last dairy year has been a very busy one for staff and directors of the New Brunswick Milk Marketing Board. Moving from ten directors down to seven has meant more work for the remaining board members, while the involvement in OEP activities has meant an additional workload for both staff and directors. This exercise of securing an OEP contract was an important step in positioning producers to get an equitable share of the export market. With this activity, New Brunswick producers are better positioned in respect to securing good export markets.

The Dairy Industry Study was completed with a number of general recommendations to industry stakeholders. It is up to the industry now to decide the future direction they want to take. We have already seen Baxter Foods Ltd., an established dairy that distributes throughout New Brunswick & Nova Scotia, merge with Dairyworld Foods, Canada's largest dairy cooperative and Canada's second largest dairy processor. This is only one example of the rationalization that is going on all across Canada as well as internationally.

Jacques M. Laforge

Progress within the P5 pool has been positive during the last year. We have come through the first full year of pooling transportation costs and it has worked out well. The issue surrounding milk movement to balance sharing of markets within the P5 was resolved, with all parties except PEI agreeing to move milk effective August 1, 1999. There is an ongoing study looking at the inter-provincial quota exchange and an analysis should be available by the end of 1999. A provision within the P5 agreement signed in August 1995 was that the agreement would be reviewed after August 1, 1999. This review has started and New Brunswick already indicated its concerns relative to producer returns and pricing flexibility for processors.

On the international scene, the WTO panel's decision on the U.S. and N.Z. challenge found Canada to be in error on how they exercise the pooling of 5(d) and 5(e) planned exports and how Canada granted access for fluid milk under the Tariff Rate Quota (TRQ). This challenge in no way compromises how Canada markets its' milk domestically. It only deals with how we export dairy products. Canada appealed the WTO panel's decision to the WTO appellate body. This body released its decision on October 13, 1999 and indicated that Canada's interpretation of the fluid TRQ was correct. On the issue of 5(d) and (e) Canada will have to modify the manner in which it exports dairy products. The industry will be reviewing this decision and producers should expect to see modifications in the coming year on how they will become eligible to participate in export activities.

The Optional Export Program (OEP) is still an intense subject of discussion and will continue to be over the coming years. New Brunswick dairy producers have successfully negotiated OEP contracts with customers outside of Canada and have been fulfilling this contract since November 1998. Steps are presently underway to try and secure a contract for the calendar year 2000. Thanks to the cooperation of Northumberland Cooperative Ltd., Dairytown Products Ltd., and the NB Department of Agriculture, our province's dairy producers were able to prosper.

The solidarity of the N.B. dairy producers over the last 26 years has shown us how an industry has become stronger and stronger to take on new challenges and improve the overall stability of our farms.

POLICY DEVELOPMENT

The Board of directors met for a total of nineteen (19) meeting days during the past dairy year, with an additional three (3) conference calls held to deal with specific issues. The Fall and Spring meetings were held across the province during the months of October and April, while the annual planning session was held in Doaktown at the Ledges Inn the early part of September.

The restructuring process that was implemented during the fall of 1998 meant that a director for each revised area had to be elected, as well as electing the Director At Large. The following producers were elected to the restructured Board. They took office December 3, 1998 and formed the restructured board of directors for 1999. Terms were staggered at the onset of restructuring and will revert to three year terms by 2001.

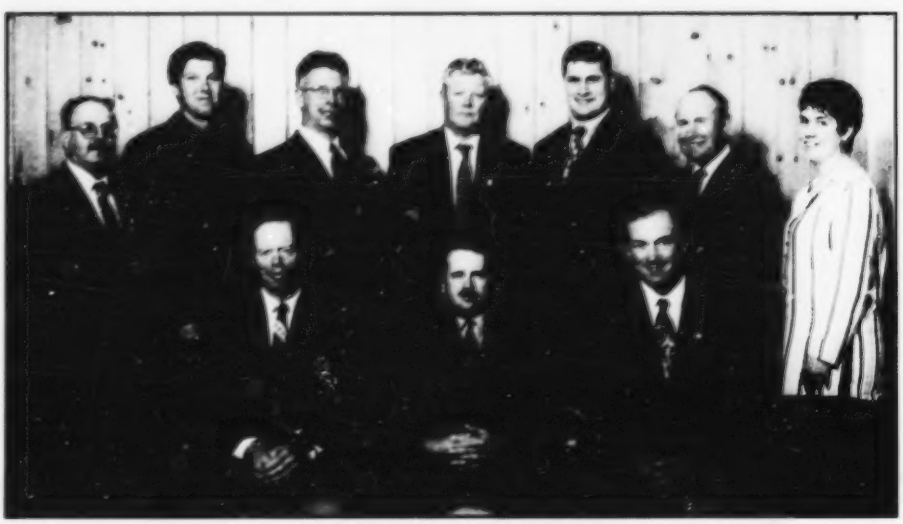
- Jacques Laforge by acclamation in Area 1 - Nord-Ouest for a three year term.
- Stephen Demerchant by acclamation in Area 3 - Woodstock for a two year term.
- Robert Speer elected in Area 4 - Fredericton for a three year term.
- Reint-Jan (Ryan) Dykstra by acclamation in Area 5 - Moncton for a two year term.
- Donald Bettle by acclamation in Area 6 - Sussex for a three year term.
- Albert Neill elected as Director At Large for a one year term.

The outgoing directors were Alan Prescott who served as director for the Moncton Area for 7 years, Hans Bouma who served as director for the Bathurst/Dalhousie/Tracadie Area for 5 years, and Reginald Perry who served as director for the Sussex Area for 4 years.

The Board of Directors elected the executive for 1999, and the positions were filled as follows:

- Chairman — Jacques Laforge
- 1st Vice-Chairman — Donald Bettle
- 2nd Vice-Chairman — Robert Speer

The first responsibility of the executive was to appoint directors to participate in various internal and external committees dealing with provincial and/or national issues. The members of the executive took on the responsibility of representing producers on various national, interprovincial and provincial committees. Representation on the national bodies, such as the Canadian Milk Supply Management



NB Milk Marketing Board 1999

Seated L-R: Robert Speer, 2nd Vice-Chairman; Jacques Laforge, Chairman; Don Bettle, 1st Vice-Chairman.
Standing L-R: Stephen DeMerchant, Director; Steve Michaud, Secretary-Manager; Reint-Jan (Ryan) Dykstra, Director; Don Johnson, F.P.M.C. Representative; John Schenkels, Director; Albert Neill, Director-at-Large; Darlene Myra, Secretary to the Board.

Committee (CMSMC) and the P6 Supervisory Body was delegated to members of the executive. It is the executive member's responsibility to work with provincial government and processor representatives to achieve decisions that are beneficial for the producers he represents. Jacques Laforge also served as a director on Dairy Farmers of Canada where he provided producer input to assist in the development of national positions on issues such as the WTO appeal, the next round of the WTO, the review of the National Dairy Code, and more.

The Board established various areas where representation was required. The following is only a sample of the numerous committees and issues that directors dealt with:

• Promotions & Public Relations	Albert Neill and John Shenkels
• Promotions & Public Relations	Albert Neill and John Schenkels
• Transportation	Stephen Demerchant and Reint-Jan (Ryan) Dykstra
• Quota	Reint-Jan (Ryan) Dykstra and John Schenkels
• Quality	Stephen Demerchant and Robert Speer
• Local Milk Committees	Albert Neill
• Government Review / Federations	Stephen Demerchant
• Livestock Operation Act	Robert Speer

Recommendations from these committees were used in establishing Board policies and developing negotiating positions.

In reviewing the Board's activities in the last year, it has faced numerous challenges of international, national and provincial significance. The Board has had to deal with not only all the usual domestic issues such as markets, pricing, promotion, transportation and quota systems but has, during the last few years, seen itself take a more active role in securing export markets for producers. These export activities were developed to provide New Brunswick's dairy sector with market opportunities that would encourage growth and stability for the sector.

The All Milk Pooling Agreement entered into its fourth year during the 1998/99 dairy year and was scheduled for review as of August 1999. During the last dairy year, the P5 concentrated on issues relating to the provincial accountability of exporting surpluses, bulk milk hauling, conducting a quota exchange survey, scheduling milk movements to balance sharing of markets, discussing a pooled Optional Export Program and discussing producer returns. All P5 provinces agreed to harmonize the flexibility allowed under the Daily Quota system. Effective August 1, 1998 New Brunswick adjusted the maximum or over-production credit limit from 15 times the producer's daily quota holdings to 20. The minimum or under-production credit was adjusted from 25 times the producer's daily quota holdings to 30. This continuous quota system allows producers to individually manage their production schedule without having to be concerned about the dairy year-end. However, the province continues to operate within a dairy year and over-quota production continues to be calculated on this basis.

Upon entering the P6, it was our belief that producer policies would likely be developed at that level. Although this is true, no one was prepared for the amount of negotiations that would be required to reach unanimous consent. However, once agreements are reached, provinces have been able to build upon each other's strengths. We have succeeded in moving ahead on pooled promotion levies as well as transportation. We can only hope that as we continue down this road the long term benefits for all producers in the P5 will far exceed the costs of the journey.

INTERNAL OPERATIONS

There are six full time staff members employed at the New Brunswick Milk Marketing Board (NBMMB) office whose primary responsibility is of completing the marketing cycle. This includes everything from the point of scheduling the milk pickup at the farm, to performing the various pooling tasks both provincial and national, to the twice monthly producer payments. Staff also assists directors in representing the producers at both national and provincial levels, in implementing policy decisions and managing resources to ensure the required services are performed. Responsibilities entrusted to the NBMMB staff are in great part related to pricing, the allocation of provincial and national quotas to producers, quota exchange, milk direction, payment to transporters, marketing, invoicing processors, payment to producers, the newsletter and many other related services. Staff has had to deal with the regular workload as well as perform the necessary tasks related to securing export markets, their financing and their payment to producers. Cooperation within such a small staff is the key to being able to carry out all the responsibilities effectively, within an environment where change is the norm.

Seated : Rachel MacAskill, Renelle Baker, Darlene Myra. *Standing:* Stephen Lyne, Steve Michaud, Rick Sear.

Steve Michaud, Secretary-Manager has been with the Board since 1984. He is responsible for assisting the directors in policy development and ultimately is responsible for the smooth operation of all that relates to completing the cycle of marketing the milk from the farms until the final payment is made to the producers. Rachel MacAskill has worked within the Board since 1984. Her present responsibilities are those related to producer pay and the quota exchange. Renelle Baker has worked at the Board since 1986, and is presently responsible for the reception desk, accounts payable and coordinating the annual meeting. Steve Lyne has been with the Board since 1989 and is responsible for milk direction, quality, shrinkage and computer systems. Rick Sear started with the Board in 1996 as the accountant and has been instrumental in keeping the Board's financial affairs in order. Darlene Myra started in 1997 as Secretary to the Board. She is responsible to ensure that the minutes of the meetings reflect the discussion of the Board and to coordinate the necessary activities as indicated in the minutes.

MARKET AND PRODUCTION TRENDS

During the 1998/99 dairy year, New Brunswick milk producers shipped an unprecedented 5,173,717 kgs of butterfat, the highest volume shipped in New Brunswick's history. Producer numbers stood at 331 on July 31, 1999 of which 3 producers were shipping milk without quota and receiving world price for all their production. This is eleven milk producing units less than at August 1, 1998.

Butterfat remains the basis in establishing market requirements and in turn is used in allocating quotas to provinces and producers. Industrial markets for dairy products are managed nationally through the Market Sharing Quota (MSQ), while fluid markets remain a provincial responsibility. Market sharing arrangements between provinces are presently in operation within two regions in Canada. These regions or pools are more commonly known as the P4 (British Columbia, Alberta, Saskatchewan and Manitoba) and the P5 (Ontario, Quebec, New Brunswick, Nova Scotia and Prince Edward Island).

The 1998-99 dairy year started with P5 producers receiving a quota increase of 1.5%. This increase was a combination of a strong Canadian industrial market performance of 3.2% that was offset by a slight decrease in the P5 fluid market of 1%. To put it into perspective, a P5 producer's quota is made up of 60% industrial and 40% fluid. Therefore, the industrial market would have increased P5 quotas by 1.9%. This, however, was slightly offset by a 0.4% reduction in the P5 fluid market.

On August 1, 1998, New Brunswick's 2.27% share of the 210,107,833 kgs of butterfat quota within the P5 worked out to 4,770,419 kgs of butterfat. This volume was representative of the domestic market New Brunswick could supply during the 1998/99 dairy year. The breakdown of the P5 markets are 38% fluid and 62% industrial. The Board issued 13,083 kgs of daily quota on August 1, 1998 to its respective dairy producers, which was equivalent to 100.1% of the quota allotted to the province within the P5.

The province had to first fulfil an Optional Export Contract. New Brunswick producers who qualified to participate within the Optional Export Market shipped 292,377 kgs of butterfat to this market opportunity representing 5.6% of the milk deliveries. The remaining production was available to fill New Brunswick's P5 share of the domestic market of 4,770,419 kgs of butterfat, representing 92.2% of the deliveries. An extra 23,598 kgs was used to fill the P5 fluid growth that occurred during the 1998/99 dairy year. The remainder, 87,323 kgs of butterfat, which was 1.8% above New Brunswick's P5 quota allocation, was considered provincial over-quota and was marketed as such through the P9.

The strong Canadian industrial market growth continued during the 1998/99 dairy year. Canadian consumption of dairy products remained quite strong with increases in practically every dairy product category, especially within cheese. Domestic requirements for industrial milk and cream in the 1998/99 dairy year rose by over 2 percent compared to the previous year. Although growth was strong, the Canadian Milk Supply Management Committee [CMSMC] agreed at its meeting of July 13-14, 1999 to maintain the Market Sharing Quota [MSQ] at the same level as last year, while at the same time reducing the level of planned exports which were included in the MSQ calculation. The P5 fluid market performed better than the previous year. This resulted in an increase of daily quota holdings of 0.6%, which provinces within the P5 agreed to implement only as of October 1, 1999. As adopted by the CMSMC, the P5 will also implement a more responsive quota adjustment formula based on a 12 month rolling average of market indicators that would trigger an increase or decrease based on a confirmed threshold.

QUOTA EXCHANGE

The Daily Production Quota Exchange Selling Price ranged between a low of $14,800 and a high of $19,150 per kilogram during the 1998-99 dairy year. During the dairy year 395.8 kilograms of daily quota moved between New Brunswick producers compared to 681.7 kgs the previous year. Fifty-nine

percent of the movement took place on the quota exchange. The remaining 41% was by means of 100% quota transfers and on-going farm operation transfers as approved by the Board. Quota prices within the P5 have varied from one province to another. This, among other factors, has led Ontario and Nova Scotia to draw out of the inter-provincial quota exchange. It is hoped that an analysis will provide insight into why such variations exist and provide provinces the arguments necessary to decide whether they should re-enter the inter-provincial quota exchange.

MARKET RETURNS AND PAYMENT TO PRODUCERS

Effective February 1, 1999 the Canadian Dairy Commission (CDC) adjusted the target support price by $1.12 per hL inclusive of $0.85 per hL for subsidy recovery. This resulted in a net increase in industrial market returns of $0.27 per hl. The New Brunswick Milk Marketing Board was dismayed by the level of the increase, and made its views known to the Chairman of the Canadian Dairy Commission, as did other provinces. The P5 did adjust its industrial and fluid class target prices on February 1, 1999, while respecting provincial pricing flexibilities. This resulted in no measurable increase to producer returns within the P5.

The direct payment to milk producers from the CDC was $2,103,000, a decrease of 20% from the previous year's direct payment amount. The loss of this amount is to be recovered from increased industrial milk class prices that were implemented February 1, 1999.

Producer returns in New Brunswick were paid on a multiple component basis. The prices for butterfat, protein and lactose & other solids varied respectively from month to month according to markets being supplied. Domestic, special classes and provincial world market returns would affect the monthly provincial pool returns.

The average milk prices paid to producers, excluding administration, lab fees, promotion and transportation, for milk containing the provincial average components of 3.857 kg/hl of butterfat, 3.2929 kg/hl of protein and 5.6538 kg/hl of lactose & other solids were as follows:

- **Domestic** **$56.56**
- **Optional Export** **$33.58**
- **World Price** **$21.93**

The Board marketed 92.2% of the producers' deliveries into the domestic market. The returns from this market have increased approximately $1.00 per hl compared to last year. However we must discount this by the offsetting effects of the loss of the direct payment that is equivalent to more than $0.51 of the increase. The true increase to producer returns is less than 0.8%. The producer's return varied only slightly from the average for most of the year. However, there were occasions when the return did vary. The lowest was $53.23 while the highest was $60.60 per hl.

The Board marketed an amount of milk equivalent to 5.6% of total production on the export market. This New Brunswick Optional Export Market yielded varying returns during the year. These variations were due to large surpluses on the world market that depressed prices by 25% compared to the previous year, to currency market forces and the earlier than anticipated implementation of tariffs. However, the returns from the market between November 1, 1998 to July 31, 1999 were equivalent to $33.58 per hl excluding transportation and administration fees. The OEP payment to producers varied from a low of $25.69 to a

high of $37.51 during the dairy year.

The Board was responsible to market a further 2.2% of total production to the World Market. Producers who were in a position to ship milk on the World Market received prices that varied from a low of $16.57 to a high of $26.27. Producers were paid for 91,611 kgs of butterfat at the World Market price during the dairy year, however producers do operate within a continuous quota system without a dairy year end. The province was responsible for World Price Production in the amount of 87,323 kgs of butterfat for the 1998/99 dairy year.

New Brunswick producers have continued to support provincial programs such as the school milk program through a $10.00/hL rebate for milk sold in schools in New Brunswick. New Brunswick also continues to support a butterfat utilization program to reduce the effects of skim-off by providing a rebate for processors who put 3.5% B.F. in their homogenized milk instead of the minimum requirement of 3.25%.

COST OF PRODUCTION

The 1999 New Brunswick Dairy Business Analysis project was completed and the Canadian Dairy Commission (CDC) was provided with the raw data. The Atlantic Dairy Livestock Improvement Corporation was responsible to collect the information and the New Brunswick Department of Agriculture and Rural Development carried out the analysis and prepared the data for the CDC. The CDC continues to work towards its goal of having a representative sample of dairy production units from all provinces across Canada. The CDC, under the guidelines of the Minister of Agriculture and with the advice of the Consultative Committee, establishes what a fair return to milk producers should be. The CDC incorporates provincial data within their pricing formula where various efficiency factors are applied. Prior to the P5, the NBMMB used its provincial data to determine if a fluid price increase was necessary. Presently, future fluid price increases within New Brunswick are predicted on the future adjustments to the P5 target prices. The Board decided in early 1999, to move away from a provincial based study and move towards a more national representation. New Brunswick has delegated the selection, collection and analysis process to Quebec. In its selection of a representative sample, New Brunswick will now become part of a combined database representing the geographical area of the two provinces.

Dairy Farmers of Canada [DFC] deplored the Canadian Dairy Commission's [CDC] February 1, 1999 pricing decision. It is clear that the cumulative effect of the number of efficiency factors now incorporated in the COP calculation causes the calculation to no longer reflect an adequate return for efficient milk producers. Economic analyses have demonstrated that in 1997 only 28% of Ontario and 16% of Quebec producers received their full costs of production. The fact that the CDC Commissioners failed to close the price gap between the announced target return and the COP meant that, in fact, only about 14% of Ontario producers and 6% of Quebec producers received their full costs of production that year. Since 1975, both the producer target return for milk and the Dairy Product Price Index [DPI] have tracked significantly below the overall Consumer Price Index [CPI]. Over the past 23 years, the CPI has increased 215%. In comparison, the DPI increased 189%, while the producer target return increased by only 128%.

June marked the completion of Dairy Farmers of Canada's seventh consecutive cross-border price survey

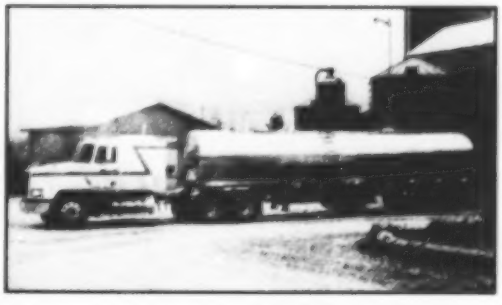
of milk and milk products. Over the past three years, results from these surveys have consistently revealed that consumers in the U.S. are paying considerably more than consumers in Canada for the same basket of dairy goods. This most recent survey shows that a basket of dairy products purchased in Canada is 38.67% cheaper than the same basket of dairy products purchased in the U.S. The survey results are a reflection of the benefits of supply management on the Canadian marketplace for dairy products. Under supply management, Canadian dairy producers receive relatively stable returns for the milk they produce. It is this stability that ensures Canadian consumers receive a steady supply of quality milk and milk products at fair prices.

RAW MILK DISTRIBUTION

During the 1998/99 dairy year, there were more than 5,000 truck loads of raw milk picked up from New Brunswick producers. On average, each route required 11 hours to run, driving close to 350 kilometres, with more than 22,000 litres of raw milk on board. Transporters are paid according to a formula that compensates them for time and distance as well as other factors such as fixed costs, fuel, maintenance and administration. In order to reduce transportation costs on weekends, the Board continues to compensate fluid plants to remain open on Saturday when savings are advantageous. In New Brunswick, the total cost of bulk milk hauling including Saturday receiving was equivalent to $2.58 per hL.

The New Brunswick transportation formula has come under scrutiny by other P5 provinces, due to the high rate per hL. However, when New Brunswick converts this rate to a per kilometer basis, it is apparent that New Brunswick's fleet is operating as efficiently as any other province. We have worked hard at developing a formula that is transparent to all parties, so that any concerns can be more easily raised and addressed. This transparency has been a definite asset in improving understanding between transporters and the Board, as well as in defending our provincial transportation costs before the P5.

Although the challenges of the 1998 ice storm were behind, the spring of 1999 had its own challenges for us. The strong production during the winter and spring months in New Brunswick, along with a temporary reduction in plant capacity at the residual plant in New Brunswick, required milk to be moved outside of the province. The fact that other provinces were experiencing the same problems made it difficult to find a home for all this raw milk during the months of January to April. All persons involved in the milk industry in Quebec, New Brunswick and Nova Scotia assisted as best they could during this time. Over 3.3 million litres of raw milk was moved out of New Brunswick to neighbouring provinces. With respect to the milk movement agreement reached at the P5, New Brunswick will be moving milk towards Quebec as of August 1, 1999 to balance market shares. Presently that volume is equivalent to 2 loads a week.



Pooling of transportation costs within the P5 started August 1, 1998. The P5 formed a Transportation Committee to review each provinces transportation formula in order to ensure that efficiencies would continue to be sought after by the various provincial transportation delegations. New Brunswick producers remain the only group of producers that compensate transporters for the cost of truck washes. Since this cost is not pooled within the P5, the Board has been negotiating with processors to absorb these

costs as their counterparts in other jurisdictions do. New Brunswick producers' transportation rate reflected the P5 pooling with the exception of truck washes. The average rate for the 1998/99 dairy year was $2.22 per hL inclusive of the $0.08 per hL cost related to truck washes.

The Board's responsibility related to ensuring equity among producers was one of the main reasons for its decision to take on the services of International Dairy Calibrations Atlantic in July of 1999. This company will be calibrating all bulk milk tanks within the province over the next few years. This service is necessary to ensure that there is equity among producers, and will help the Board obtain a sound basis to compare the dipstick readings from the farm bulk tank to the readings obtained when truckloads are metered at the plant. New Brunswick's shrinkage level during the 1998/99 dairy year was 0.63%, more than twice the acceptable norm of 0.25% in other provinces.

MILK QUALITY

Milk samples are tested regularly for bacteria, somatic cells, unnatural inhibitors, and added water by the Provincial Laboratory in Fredericton. All producers who experience problems with quality are visited by the New Brunswick Department of Agriculture's field staff who assist in the resolution of related quality problems. During the 1998/99 dairy year, the yearly average Somatic Cell Count climbed to 262,862 from the previous year's level of 230,530. The Board, along with provincial government quality assurance people, monitored this and did cooperate together in providing milk quality workshops throughout New Brunswick in January and February of 1999. The yearly average Standard Plate Count decreased to 8,007 from 9,310. The Lab Pasteurisation Count has increased slightly to 179 from last year's level of 163.

The occurrences of milk being refused for pickup at the farm or loads being turned down at the plant for reasons of quality infractions continues to be low. During the 1998/99 dairy year, the number of refused loads represented approximately 35,000 litres or 0.026% of the total deliveries. Three partial loads were found to be unmarketable as per the Milk Quality Regulations under the Dairy Products Act, and were disposed of accordingly. On the matter of producer infractions, 62 separate infractions were identified during the 1998/99 dairy year for milk which did not meet the acceptable quality limits as set by the New Brunswick Farm Products Marketing Commission.

An awards program has been established to encourage production of quality milk within the province. The program has been tailored to reward those that can produce excellent quality milk and provide an incentive for those who have had some difficulty to improve their situation to a more acceptable level. The goal of such a program is to ultimately improve the overall milk quality within the province.

The Awards of Excellence

Ten producers will be awarded $500.00 each for having the best combined results on Standard Plate and Somatic Cell counts and who meet the following criteria.

- Standard plate count of less than 5,000 bacteria/ml for 11 of 12 months.
- Somatic Cell count of less than 200,000 ml for 11 of 12 months.
- Average Farm inspection score of not less than 90% for the dairy year.
- No inhibitor or added water penalties in the past year.

Producers who meet the above criteria will also receive a sign to display recognition of their excellent quality of milk. Those producers who meet the criteria for more than two consecutive years will also

receive a lapel pin reflecting their efforts.

Bronze - 3 years Silver - 5 years Gold - 10 years

Trophies or plaques will be awarded to a 1st place position in Standard Plate count, Somatic Cell count and Barn Score. The Producer of the Year award will go to the producer with the best combined ranking based on Standard Plate and Somatic Cell counts.

Most Improved Awards
Ten producers will be awarded $500.00 each for having achieved the most improvement in the combined results of their Standard Plate and Somatic Cell counts as compared to their previous year's history.

Re-earning penalties
The Board has adopted a policy where a producer will be able to re-earn penalties predating 24 months from the date upon which he has successfully maintained 12 consecutive months of acceptable quality milk. The first penalties were re-earned from this program effective August 1, 1999.

SCHOLARSHIPS
There are three scholarships available to those interested in furthering their academic or technical studies.

George B. Whalen Memorial Scholarship
This $750.00 scholarship is awarded to a student in their second, third or fourth year of study in an approved university degree program related to agiculture or the dairy industry. The George B. Whalen recipient for this year was **Darcie L. McCullum of Sussex, N.B.** Darcie is enrolled at the Atlantic Veterinary College in Prince Edward Island studying in Veterinary Medicine.

NBMMB Memorial Scholarship
This $750 scholarship is awarded to a student accepted into the first year of an approved agricultural program. The NBMMB Memorial Scholarship recipient for this year was **Amy L. Burgoyne of Harvey, N.B.** Amy is enrolled at the Nova Scotia Agricultural College studying Agriculture Economics.

NBMMB Scholarship
This $750 schoalrship is awarded to a first year student accepted in an approved technician or technology program. The NBMMB scholarship recipient for this year was **Leith D. West of Dundas, N.B.** Leith is enrolled at the Nova Scotia Agricultural College studying Farming Technology.

MILK MARITIME INC.

As another year draws to a close, the Dairy industry in Canada faces some exciting and concerning challenges. Milk Maritime Inc. is also experiencing some of the same challenges.

In the past Milk Maritime Inc. has been a partner with the Fluid Milk Coalition (Ontario and Saskatchewan), in the development and execution of advertising campaigns. At last year's annual producer meetings, MMI explained the method that was being followed to develop and execute a new advertising campaign for Milk in the Maritimes. Part of that explanation included developing and testing local ideas for the campaign. If the locally developed ideas were to prove to be more effective in the test phase of the process, Milk Maritime Inc. would leave the Coalition and develop its own advertising campaign for the Maritimes. The result of this process was made official on December 5, 1998. Research reported to the Board of Milk Maritime Inc. supported the notion of developing an advertising campaign in the Maritimes for the Maritimes as a result of research completed in the Maritimes. I will review the process followed, which lead to the decision and then report on the results and next steps.

In March 1998, Milk Maritime Inc. contracted Focal research to complete a project to deter-mine what would convince Maritimes to drink more milk. At the same time Milk Maritime Inc. reviewed the demographic make-up of the Maritime Provinces as reported by Statistics Canada and the Financial Post Market Report. Milk Maritime Inc. (MMI) also continued to review the annual consumption data as reported by the Market facts beverage Consumption Study. As a result of this very detailed review of the market place, MMI focused its efforts towards a food and milk strategy targeted at adults 30-49 years old.

As the process unfolded, many campaigns executed by other provinces were reviewed with the research results in mind. Concepts developed by Ontario, Alberta and Quebec were included in this process. At the same time, a locally developed concept was also being tested with the same people. As a result of this concept testing, the decision was made by the Board of Milk Maritime Inc., on December 5, 1998 to leave the Fluid Milk Coalition and develop a Maritime campaign.

The Campaign

The campaign is titled "just add....MILK!" was launched March 1, 1999. It features Milk as a product that goes with any food. The first phase of the campaign consists of two x 30 second television commercials, 4 x 30 second radio commercials, two full-page magazine advertisements and four outdoor board advertisements.

The television commercials show a variety of foods in association with Milk. The foods chosen were a result of the responses given during the research phase of this project. Key foods shown in the spots are Chocolate cake, chocolate chip cookies, sandwiches, spaghetti and muffins. All items are targeted towards adding milk as your beverage of preference at snack time. As well as sowing the appetizing food shots; there is two distinct pieces of music. One is slow and soothing, while the other piece has more "jump" to it. Each piece is intended to be played during different parts of the day. The slower soothing

piece later in the day while the "jump" piece is played earlier in the day. The slow soothing spot is titled "If Ever You Were Mine", and the "jump" spot is entitled "Gospel" based on the style of the music.

The four radio commercials again place milk as the beverage of choice with your snack. The situations played out on the radio spots are ones that are common to many Maritimers. These focus on arriving home later in the evening and satisfying your hunger with a tall glass of milk and your favorite snack. The spots were originally just aired in PEI and the Annapolis Valley. They year they will be aired all around the Maritimes except Halifax. The spots are titled "Doris's Cookies", "Aging Hockey Fool", "Truck Stop" and "BLT".

The Magazine advertisements also follow the same creative direction as the television commercials. Shots were taken directly from the television commercials and recreated as magazine advertisements. These shots combined all of the elements of the television commercial. The food, the milk placement in the shot, and the logo were all used to increase consumer recognition of the campaign. The creative used for the magazine advertisements is "Muffin" and "Spaghetti". The magazines that are being used for this portion of the campaign are Reader's Digest, Canadian Living and Chatelaine. Homemakers magazine was used in June 1999, but will not be used again, as it was determined based on magazine readership that a more effective buy could be achieved by using Readers Digest more often in place of Homemakers. The Outdoor advertisements follow the same rule as the Magazine advertisements. Use as many elements out of the television commercials as possible to increase consumer recognition of the campaign. Again, the executions were developed directly out of the television spots. Tall, cold glasses of milk and scrumptious looking food as milk's partner are the focus. Outdoor advertising vehicles being used are posters, transit shelters and super boards. On the posters (10' x 20') the creative is "Spaghetti", "Fruit" and "Cookies". On transit shelter, the creative being used is "Chocolate Cake", "Muffins" and "Cookies". The super board creative is "Chocolate Cake", "Spaghetti" and "Fruit".

To measure the effectiveness of the campaign two sources were examined. The first was a Tracking Study completed with consumers to determine whether or not they were aware of the campaign and how it performed against the "Drink Milk" "Love Life" campaign. The second was to review sales reports supplied by the Department of Agriculture in New Brunswick, the PEIMMB on the island and the Dairy Commission in Nova Scotia.

The results of the Tracking Study were quite positive. Below are some excerpts from that study.

Tracking results show that milk has doubled its position as a top-of-mind beverage. As milk, advertising was the only beverage advertising to show an increase in top-of-mind recall, this indicates that Just Add Milk played a definite role in this increase.

Within the target market of 30 to 49 year olds, the percentage who said the Just Add Milk ad made them want to have a glass of milk <u>doubled</u> over the percentage who said the Brian ad made them

want to have a glass of milk (16%-33%).

This was also the case among the 19 to 29 year olds, where the increase in the desire for a glass of milk was even greater (10%-38%).

Among the 50 to 64 years olds, there was a decline in the desire for a glass of milk (37%-23%), and little change occurred in the 65+ age group (35%-40%).

The Sales Reports also show some very positive results. The figures shown here are for January-August 1999 versus January-August 1998. Prince Edward Island is showing a growth of 159,106 litres, Nova Scotia is showing a growth of 922,723 litres and New Brunswick is showing a growth of 1,335,058 litres.

Next Steps

Based on the results of the Tracking Study and the Sales reports, MMI has begun work on Phase 2 of the "just add....Milk!" campaign. The second phase will launch in January 2000. Some of the changes to be seen will be:

- **more Milk pours**
- **more distinctive background colours**
- **increased food value without eliminating chocolate**
- **new music for variety**

The same vehicles will be used to deliver Phase 2, television, radio, magazine and outdoor.

Other Projects

The Staff at Milk Maritime Inc. is also working on developing two other projects for the coming year. One is on Chocolate Milk and the second is a campaign directed at women. We will be reporting results as progress occurs.

School Milk program

The Elementary School Milk Program continues to deliver nutrition education messages through the use of animated television campaigns. These campaigns are supported by print materials in the schools such as posters, take home parent piece and teacher nutrition information units. Schools also have the opportunity to take part in a Cool and Nutritious Way to Raise Money for their School and Win $1,000.

The Junior and Senior High School Program ties our overall "just add....Milk!" campaign by using supporting print materials in the schools. School's point of purchase materials include generic posters, nutrition education posters and aprons for the cafeteria staff. The schools can participate in a contest to win $1,000 for school activities or projects.

Nutrition Communication

The Nutrition Communications Department continues to provide education material to consumers and health professionals. This is achieved in part, by executing nutrition seminars by four contract dietitians around the Maritimes. Milk Maritime Inc. also participates in professional conferences, i.e. Dietitians, Pharmacists, etc., by providing nutrition print materials at a manned display. We also, in conjunction with Dairy Farmers of Canada, provide Bone Quality testing machine with a qualified technician to various events and seminars.

The Nutrition Department provides a wide variety of education print materials from our extensive inventory. Both consumers and professionals alike, benefit from our popular resources. A quarterly newsletter, Nutrition File, with a mailing list of 3,000, is provided to health professionals and a variety of organizations. Some of these groups are: YMCA, YWCA and TOPS groups. A newly developed nutrition information/recipe card will be sent with future issues of the Nutrition File.

A Speaking Tour, similar to the one executed in May 1999, will take place in March/April 2000. The two target groups for this event are Nurses and key Media people. The two groups last year were dietitians and consumers. The media and nurses have the potential to pass on the dairy nutrition information to a large number of people they influence.

An exciting promotion for "March is Nutrition Month" will be taking place in March 2000. This event will involve a possible television promotion and a contest for the Dietitians of Canada theme cook book "Great Food Fast", for prizes. DFC material including posters, educational sheets and T-shirts will once again be forwarded from DFC to be distributed to dietitians and schools.

Lastly, the Maritime Dairy Industry Scholarship material has been condensed into one bilingual form and will be posted on DFC's web site. The materials will also be distributed through the usual channels (universities, colleges, etc.).

Administration

Milk Maritime Inc. continues to carry a complement of four full-time personnel. We have a new Office Administrator Jolene Antle. Jolene joined the company on August 31, 1999. Our office is located at 911 Halifax St., Suite 3 in Moncton.

Submitted by Paul Henderson, General Manager, Milk Maritime Inc.

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD

FINANCIAL STATEMENTS THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

Auditor's Report
Balance Sheet
Statement of Income and Retained Income
Statement of Changes in Cash Resources
Notes to Financial Statements
Schedules
- A Milk Pool Operation
- B Indemnity Fund
- C Milk Quality Penalty Fund

RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.

ÉTATS FINANCIERS EXERCISE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

Rapport des vérificateurs
Bilan
États des résultats et des bénéfices non-répartis
État des flux de la trésorerie
Notes aux états financiers
Annexes
- A Exploitation du pool
- B Fond d'indemnité
- C Fonds des pénalités sur la qualité du lait

AUDITORS' REPORT

To the Members of
New Brunswick Milk Marketing Board

We have audited the balance sheet of the New Brunswick Milk Marketing Board as at July 31, 1999 and the statements of income and retained income and changes in cash resources for the thirteen months then ended. These financial statements are the responsibility of the company's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Board as at July 31, 1999 and the results of its operations and the changes in its financial position for the thirteen months then ended in accordance with generally accepted accounting principles.

Sussex, New Brunswick
October 1, 1999

Buckley & Walker
Chartered Accountants

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux membres de
Régie de mise en marché du lait du N.-B.

Nous avons vérifié le bilan de la Régie de mise en marché du lait du N.-B. au 31 juillet 1999 et les états des résultats, des bénéfices non répartis et des flux de la trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes compatables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la société au 31 juillet 1999 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus.

Sussex, Nouveau-Brunswick
le 1 octobre 1999

Buckley & Walker
Comptables Agréés

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
(Incorporated under the laws of New Brunswick)

BALANCE SHEET AS AT JULY 31, 1999

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHE DU LAIT DU N.-B.
(Incorporé sous les lois de la province du N.-B.)

BILAN AU 31 JUILLET 1999

ASSETS	**1999**	(note 2) **1998**	**ACTIFS**
CURRENT ASSETS			**ACTIFS À COURT TERME**
Cash	$ 640	21,279 $	Encaisse
Portfolio investments, at cost (quoted market value 1999, $707,855; 1998, $659,816)	683,432	652,730	Portfolio de placement, au coût (valeur boursière 1999, 707,855$; 1998, 659,816$)
Accounts receivable (note 4)	4,610,414	4,656,518	Créances (note 4)
Prepaid expenses	18,524	13,250	Frais payés d'avance
Current portion of other assets	25,000	25,000	Part actuel des autres avoirs
	5,338,010	5,368,777	
RESTRICTED ASSETS			**ACTIFS AVEC RESTRICTIONS**
Cash	62,793	28,211	Encaisse
Money market fund	54,156	52,043	Fonds marché monétaire
Marketable securities, at cost (quoted market value 1999, $1,131,390; 1998, $1,126,752)	1,051,962	1,037,408	Titres négociables, au coût (valeur boursière 1999, 1,131,390$; 1998, 1,126,752$)
	1,168,911	1,117,662	
OTHER ASSETS (note 5)	941,485	1,093,106	**AUTRES ACTIFS (note 5)**
CAPITAL ASSETS (note 6)			**IMMOBILISATIONS (note 6)**
Land, building and equipment	783,378	803,164	Terrains, immeuble et équipement
Less accumulated amortization	473,413	444,864	Moins l'amortissement accumulé
	309,965	358,300	
	$ 7,758,371	7,937,845 $	
LIABILITIES			**PASSIFS**
CURRENT LIABILITIES			**PASSIFS À COURT TERME**
Bank overdraft (note 7)	$ 2,947,615	880,639 $	Découvert bancaire (note 7)
Bank loan (note 7)		1,870,000	Emprunt de banque (note 7)
Accounts payable and accrued liabilities (note 8)	1,023,047	741,471	Créditeurs et frais courus (note 8)
Producer payable	1,720,766	2,435,793	Payables aux producteurs
Current portion of obligation under office equipment lease	3,746	3,495	Tranche courante de l'obligation en vertu de contrat location-acquisition d'équipement
	5,695,174	5,931,398	
OBLIGATION UNDER OFFICE EQUIPMENT LEASE (note 9)	14,138	17,883	**OBLIGATION EN VERTU DE CONTRAT LOCATION-ACQUISITION D'ÉQUIPEMENT (note 9)**
FUNDED RESERVES			**FONDS EN FIDUCIE**
Indemnity fund (schedule B)	1,073,154	1,038,307	Fonds d'indemnité (annexe B)
Milk quality penalty fund (schedule C)	95,757	79,355	Fonds de pénalités sur le lait (annexe C)
	1,168,911	1,117,662	
SURPLUS			**SURPLUS**
CONTRIBUTED SURPLUS	38,617	37,608	**SURPLUS D'APPORT**
RETAINED INCOME	841,531	833,294	**BÉNÉFICES NON-RÉPARTIS**
	880,148	870,902	
	$ 7,758,371	7,937,845 $	

Approved by the Board

Director Albert J. Neill

Director Donald Betts

Approuvé par la Régie

Directeur Albert J. Neill

Directeur Donald Betts

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
STATEMENT OF INCOME AND RETAINED INCOME
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
ÉTATS DES RÉSULTATS ET DES BÉNÉFICES NON-RÉPARTIS
EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

	1999	(note 2) 1998	
INCOME			**REVENUS**
Producer fees	$ 885,718	788,241	$ Frais recouvert par les producteurs
Interest	64,040	114,827	Intérêt
Lease	22,621	20,881	Location
Allocation from milk pool operations	24,968	(2,511)	Allocation des exploitations du pool de lait
Other	8,915	22,332	Autres
Gain on disposal of capital assets	30,329		Gain sur aliénation d'immobilisations
	1,036,591	**943,770**	
EXPENSES			**DÉPENSES**
Board			**Régie**
Board stipends	41,022	41,340	Traitement
Board per diems	84,192	83,712	Indemnité journalière
Board benefits	11,457	10,969	Bénéfices de la Régie
Board travel	84,640	86,726	Frais de déplacement
Annual meeting	48,637	37,733	Assemblée annuelle
Other meetings	7,964	9,122	Autres réunions
	277,912	**269,602**	
Employee costs			**Frais du personnel**
Staff salaries	241,241	193,925	Salaires
Employee benefits	30,531	25,461	Avantages sociaux
Staff travel	28,805	27,394	Frais de déplacement
	300,577	**246,780**	
Fees and dues			**Honoraires et souscriptions**
Legal	11,644	9,267	Légaux
Audit	10,500	10,000	Vérification
Consulting	48,236	52,207	Consultation
Translation	4,154	7,492	Traduction
Dues	33,063	27,056	Souscriptions
Laboratory services	24,479	25,000	Services de laboratoire
Local area committees	7,770	12,959	Comités locaux
Producer group insurance	11,891	11,010	Assurance groupe pour producteur
Tank calibration program	5,075		Programme d'étalonnage des réservoirs
Milk quality program	6,200	2,100	Programme qualité du lait
	163,012	**157,091**	
Financial charges			**Frais financiers**
Interest and bank charges	122,077	89,454	Intérêt et frais bancaires
Amortization	28,550	26,620	Amortissement
	150,627	**116,074**	
Building			**Immeuble**
Power	11,284	10,723	Electricité
Cleaning and maintenance	24,119	17,511	Frais d'entretien et de nettoyage
Insurance	12,034	7,839	Assurances
Taxes	16,492	15,389	Taxes
	63,929	**51,462**	
Equipment			**Équipement**
Leasing	3,111	4,043	Location
Maintenance	13,629	4,214	Entretien
Computer programming	8,202	8,790	Programmation informatique
	24,942	**17,047**	
Office			**Office**
Office supplies	6,372	5,923	Fournitures de bureau
Postage	6,351	7,972	Frais de poste
Telephone and telex	22,441	21,109	Téléphone et telex
Other	12,191	11,346	Autres
	47,355	**46,350**	
	1,028,354	**904,406**	
NET INCOME	**8,237**	**39,364**	**REVENU NET**
Retained income at beginning of year	833,294	793,930	Bénéfices non-répartis au début de l'exercice
RETAINED INCOME AT END OF YEAR	$ **841,531**	**833,294**	$ **BÉNÉFICES NON-RÉPARTIS À LA FIN DE L'EXERCICE**

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
STATEMENT OF CHANGES IN CASH RESOURCES
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

LA REGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
ÉTAT DES FLUX DE LA TRÉSORERIE
EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

	1999	(note 2) 1998	
CASH RESOURCES DERIVED FROM (APPLIED TO)			**RENTRÉES (SORTIES) DE FONDS**
Operations			**Activités de fonctionnement**
Net income	$ 8,237	39,364 $	Revenu net
Items not involving cash resources			Élément n'affectant pas les fonds de roulement
Amortization	28,550	26,620	Amortissement
Gain on disposal of capital assets	(30,329)		Gain sur aliénation d'immobilisations
	6,458	65,984	
Decrease (increase) in non-cash current assets	10,127	(643,247)	Augmentation (diminution) des actifs à court terme non monétaires
Decrease in other assets	151,621	555,440	Diminution des autres actifs
Increase (decrease) in non-cash current liabilities	(433,200)	157,655	Diminution (augmentation) des passifs à court terme non monétaires
	(264,994)	135,832	
Investing			**Activités d'investissement**
Proceeds from sale of capital assets	62,350	9,944	Produit sur vente d'immobilisations
Additions to capital assets	(12,235)	(35,510)	Achat d'immobilisations
Increase in restricted assets	(51,249)	(94,328)	Augmentation des actifs avec restrictions
Increase in funded reserves	51,249	94,328	Augmentation des fonds en fiducie
Increase in contributed surplus	1,009		Augmentation du surplus d'apport
	51,124	(25,566)	
Financing			**Activités de financement**
Increase (decrease) in non-current portion of long term debt	(3,745)	9,636	Augmentation (diminution) de la dette à long terme
INCREASE (DECREASE) IN CASH RESOURCES	(217,615)	119,902	**AUGMENTATION (DIMINUTION) DES LIQUIDITÉS**
Cash resources deficiency at beginning of year	2,729,360	2,849,262	Insuffinance des liquidités au début de l'exercice
CASH RESOURCES DEFICIENCY AT END OF YEAR	$ 2,946,975	2,729,360 $	**INSUFFISANCE DES LIQUIDITÉS À LA FIN DE L'EXERCICE**
CASH RESOURCES DEFICIENCY AT END OF YEAR			**L'INSUFFISANCE DES LIQUIDITÉS À LA FIN DE L'EXERCICE EST COMPOSÉE DE:**
Bank overdraft	$ 2,947,615	880,639 $	Découvert bancaire
Bank loan		1,870,000	Emprunt de banque
	2,947,615	2,750,639	
Cash	640	21,279	Encaisse
	$ 2,946,975	2,729,360 $	

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

1. GENERAL

The New Brunswick Milk Marketing Board (" the Board") is a regulatory body created under and by virtue of the Natural Products Act of the Province of New Brunswick. The Board markets all milk produced within the province of New Brunswick and distributes funds to producers. The Board reports milk utilization results to the Canadian Dairy Commission who distributes funds in respect of milk and dairy products in interprovincial trade and international export trade, pursuant to prevailing pooling agreements among the members of the pool.

2. FISCAL YEAR END

During the year the fiscal year end of the Board was changed from June 30th to July 31st to coincide with the dairy year in the industry. The fiscal period in these financial statements has been extended to thirteen months. Comparative figures for the previous fiscal period are for the twelve months ending June 30, 1998.

3. ACCOUNTING POLICIES

(a) Capital Assets

All capital assets are stated at cost. Amortization is being provided on the diminishing balance basis using the following annual rates:

Building	5 %
Bulk milk equipment	20 %
Office furniture and equipment	20 %
Equipment under capital lease	20 %
Data processing equipment	30 %

When capital assets are disposed of, the cost of the asset and the related accumulated amortization are removed from the accounts and the resulting gain or loss on disposal is included in income.

(b) Financial Instruments

The only derivative financial instruments the Board has entered into are forward exchange contracts to manage risk from foreign exchange rate fluctuations in the normal course of business. These contracts are used as hedges of certain identifiable foreign currency exposures and the resulting gains and losses are offset against the losses and gains of the hedged item. The Board does not use derivative financial instruments for trading purposes.

4. ACCOUNTS RECEIVABLE

	1999	(note 2) 1998
Trade	$ 3,671,908	$ 3,733,533
Other	938,506	922,985
	$ 4,610,414	$ 4,656,518

5. OTHER ASSETS

	1999	(note 2) 1998
Account receivable	$ 475,485	$ 602,106
Mortgage receivable	491,000	516,000
	966,485	1,118,106
Less current portion	25,000	25,000
	$ 941,485	$ 1,093,106

On November 1, 1991 the Board agreed to defer their request for full repayment of the receivable owing by R & G Transport Ltd. This amount could be repaid based upon 25% of free cash flow generated by R & G Transport Ltd. to a maximum of $125,000 annually. Free cash flow is defined as profits and and amortization minus debt servicing commitments including lease payments.

The mortgage receivable, from Dairytown Products Ltd., has a 0% interest rate, is repayable in annual installments of $25,000 principal only, matures on January 1, 2019 and is secured by mortgage on property financed.

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS
EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

1. EN GÉNÉRAL

La Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick ("la Régie") est l'organisme réglémentaire crée en vertu de la loi sur la commercialisation des produits de fermes de la province du Nouveau-Brunswick. La Régie fait la commercialisation de tout le lait produit dans la province du Nouveau-Brunswick et distribut les fonds aux producteurs. La Régie rapporte les résultats de l'utilisation du lait à la Commission canadienne du lait qui distribue des fonds suite à la commercialisation interprovinciale ainsi que internationale du lait et des produits laiters, en vertue des ententes de mise en commun.

2. EXERCICE FINANCIER

Afin que son exercice financier coincide avec celui de l'industrie laitière, la Régie a changé la fin de son année financière au 31 juillet. Par conséquent, l'exercice financier courant compte treize mois tandis que les chiffres compartifs sont pour une période de douze mois finissant le 30 juin 1998.

3. PRINCIPES COMPTABLES

(a) Immobilisations

La valeur de toutes les immobilisations est exprimée au prix coûtant; les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement degréssif aux taux annuels suivant.

Immeubles	5 p. 100
Matériaux d'entreposage du lait en vrac	20 p. 100
Ameublement et matériaux du bureau	20 p. 100
Équipement sous bail capital	20 p. 100
Matériaux informatiques	30 p. 100

Lorsque les immobilisations seront liquidés, le coût des actifs et leur amortissements cumulés respectifs seront prélevés du compte et le gain ou la perte sur la disposition sera inclu dans le revenu.

(b) Instruments financiers

La Régie posséde des instruments dérivés sous forme de contrat de change à terme, acquis, dans le cours normal des affaires, comme protection contre le risque de fluctuation du change de certaines devises étrangéres. Les gains et les pertes résultant de ces couvertures sont appliqués contres les gains et pertes sur l'aliénation des éléments couverts. La Régie ne transige aucunement sur le marché Boursier avec ses instruments dérivés.

4. CRÉANCES

	1999	(note 2) 1998
Compte-clients	3,671,908 $	3,733,533 $
Autres	938,506	922,985
	4,610,414 $	4,656,518 $

5. AUTRES ACTIFS

	1999	(note 2) 1998
Note à recevoir	475,485	602,106 $
Hypothéque recevable	491,000	516,000
	966,485	1,118,106
Moins tranche courante	25,000	25,000
	941,485 $	1,093,106 $

Le 1er novembre 1991 la Régie a accepté de reporter leur demande du réglement des recevables de R & G Transport Ltd. Ce montant pourra être remboursé au moment où il existe une libération de 25p. 100 au fonds de roulement par R & G Transport Ltd. à un maximum de 125,000$ par année.

L'hypothéque recevable de Dairytown Products Ltd. a un taux d'intérêt de 0% et est remboursable en acompte annuel de 25,000$ sur le capital seulement, devient à maturité le 1 janvier 2019 et est garanti par l'hypothéque sur le financement de la propriété.

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

6. CAPITAL ASSETS

	1999			(note 2) 1998
	Cost	Accumulated Amortization	Net	Net
Land	$ 50,500		$ 50,500	$ 82,520
Building	462,095	$ 260,450	201,645	213,195
Bulk milk equipment	9,009	7,535	1,474	1,884
Office furniture and equipment	161,858	148,153	13,705	15,647
Data processing equipment	77,701	52,465	25,236	22,839
Equipment under capital lease	22,215	4,810	17,405	22,215
	$ 783,378	$ 473,413	$ 309,965	$ 358,300

7. BANK LOAN

The bank loan is secured by a general assignment of debts, a fixed and floating charge debenture, and assignment of fire insurance.

8. ACCOUNTS PAYABLE AND ACCRUED LIABILITIES

	1999	(note 2) 1998
Trade	$ 301,657	$ 47,054
Transportation		
R & G Transport Ltd.	239,463	222,475
Other transporters	113,399	94,037
Promotion		
Dairy Farmers of Canada	125,344	127,962
Other	240,727	248,445
Payroll deductions	2,457	1,498
	$ 1,023,047	$ 741,471

The amount of $240,727 (1998, $248,445) represents the unremitted portion of deductions collected to the thirteen months ended July 31, 1999 at the request of producers. These amounts are deducted and remitted to financing agencies of the individual producers.

9. OBLIGATION UNDER OFFICE EQUIPMENT LEASE

The following is a schedule of future minimum lease payments expiring in 2003 together with the balance of the obligation under the capital lease.

	1999	(note 2) 1998
Payments due in 1999		$ 4,817
2000	$ 4,817	4,817
2001	4,817	4,817
2002	4,817	4,817
2003	6,021	6,021
	20,472	25,289
Less amount representing interest at 7%	2,588	3,911
Balance of obligation	17,884	21,378
Less portion included in current liabilities	3,746	3,495
	$ 14,138	$ 17,883

10. YEAR 2000

The Year 2000 Issue arises because many computerized systems use two digits rather than four to identify a year. Date-sensitive systems may recognize the year 2000 as 1900 or some other date, resulting in errors when information using year 2000 dates is processed. In addition, similar problems may arise in some systems which use certain dates in 1999 to represent something other than a date. The effects of the Year 2000 Issue may be experienced before, on, or after January 1, 2000, and, if not addressed, the impact on operations and financial reporting may range from minor errors to significant systems failure which could affect an entity's ability to conduct normal business operations. It is not possible to be certain that all aspects of the Year 2000 Issue affecting the entity, including those related to the efforts of customers, suppliers, or other third parties, will be fully resolved.

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS
EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

5 IMMOBILISATIONS

	1999			(note 2) 1998
	Coût	Amortissement Cumulé	Net	Net
Terrain	50,500	$	50,500	$ 82,520
Immeuble	462,095	260,450	$ 201,645	213,195
Matériaux d'entreposage du lait en vrac	9,009	7,535	1,474	1,884
Ameublement et matériaux de bureau	161,858	148,153	13,705	15,647
Matériaux informatique	77,701	52,465	25,236	22,839
Équipement sous contrat location-acquisition	22,215	4,810	17,405	22,215
	783,378	$ 473,413	$ 309,965	$ 358,300

7. EMPRUNT DE BANQUE

L'emprunt de banque est garanti par un transport de créance, un nantissement commercial ainsi qu'un transfert d'assurance feu.

8. CRÉDITEURS ET FRAIS COURUS

	1999	(note 2) 1998
Comptes-fournisseurs	301,657	$ 47,054
Transport		
R & G Transport Ltd.	239,463	222,475
Autres transports	113,399	94,037
Promotion		
Les Producteurs laitiers du Canada	125,344	127,962
Autres	240,727	248,445
Déductions de la paie	2,457	1,498
	1,023,047	$ 741,471

La somme de 240,727$ (1998, 248,445$) représente la portion non remboursée des déductions reçues pour l'exercice terminé le 31 juillet 1999, à la demande des producteurs. Ces montants sont déduits et remis aux agents financiers des producteurs individuels.

9. OBLIGATION EN VERTU DE CONTRAT LOCATION-ACQUISITION D'ÉQUIPEMENT

Présenté ci-dessous est une cédule sur les versements minimum futur pour le bail capital qui se termine en 2003 y compris la balance de l'obligation en vertu du contrat location-acquisition.

	1999	(note 2) 1998
Versements dûs en 1999		4,817 $
2000	4,817	4,817
2001	4,817	4,817
2002	4,817	4,817
2003	6,021	6,021
	20,472	25,289
Moins le montant représentant l'intérêt à 7 p. 100	2,588	3,911
Balance de l'obligation	17,884	21,378
Moins vesements échéant au cours du prochain exercice	3,746	3,495
	14,138	$ 17,883

10. INCERTITUDE DÉCOULANT DU PROBLÈME DU PASSAGE À L'AN 2000

Le passage à l'an 2000 pose un problème parce que de nombreux systèmes informatiques utilisent deux chiffres plutôt que quatre pour identifier l'année. Les systèmes sensibles aux dates peuvent confondre l'an 2000 avec l'année 1900 ou autre date, ce qui entraîne des erreurs lorsque des informations faisant intervenir des dates de l'an 2000 sont traitées.

Les répercussions du problème du passage à l'an 2000 pourront se faire sentir le 1er janvier de 2000, ou encore avant ou après cette date. Il n'est pas possible d'être certain que tous les aspects du problème du passage à l'an 2000 qui ont une incidence sur l'entité, y compris ceux qui ont trait aux efforts déployés par les clients, les fournisseurs ou d'autres tiers, seront entièrement résolus.

SCHEDULE A

ANNEXE A

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
MILK POOL OPERATIONS
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
EXPLOITATION DU POOL
EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

	1999	(note 2) 1998	
MILK POOL			**POOL**
SALES			VENTES
Milk	$ 78,865,119	70,280,176 $	Lait
FPMC audit adjustments	(586)	7,449	Régulisation des vérifications de la CCPF
	78,864,533	70,287,625	
COST OF SALES			COÛT DES VENTES
Milk purchased	78,864,533	70,287,625	Achats de lait
Payable to producers	Nil	Nil	Payable aux producteurs
TRANSPORTATION			**TRANSPORT**
Producer deduction	3,225,022	3,387,444	Prélévement des producteurs
Transportation pooling	550,740		
	3,775,762	3,387,444	
Payments to transporters	3,681,156	3,337,523	Paiements aux transporteurs
Other	62,558	48,710	Autres
	3,743,714	3,386,233	
Payable to producers	32,048	1,211	Payables aux producteurs
PROMOTION			**PROMOTION**
Producer deduction	1,369,631	1,295,179	Prélévement des producteurs
Payments to Dairy Farmers of Canada	1,376,711	1,298,901	Paiements aux les Producteurs laitiers du Canada
Receivable from producers	7,080	3,722	Recevables des producteurs
TOTAL PAYABLE TO (RECEIVABLE FROM) PRODUCERS AT END OF YEAR	24,968	(2,511)	**TOTAL PAYABLE AUX (RECEVABLES DES) PRODUCTEURS À LA FIN DE L'EXERCICE**
Allocation to income	24,968	(2,511)	Allocation au revenu
NET PAYABLE TO PRODUCERS AT END OF YEAR	**Nil**	**Nil**	**NET À PAYER AUX PRODUCTEURS À LA FIN DE L'EXERCICE**
MILK QUANTITIES SOLD ('000 litres)	144,286	129,424	**VOLUME DE LAIT VENDU ('000 litres)**
MILK QUANTITIES PURCHASED ('000 litres)	145,205	129,916	**VOLUME DE LAIT ACHETÉ ('000 litres)**
COMPONENTS SOLD ('000 kgs)			**COMPOSANTS VENDUS ('000 kgs)**
Butterfat	5,543	4,961	Matiére Grasse
Protein	4,741	4,278	Protéine
Lactose and other solids	8,153	7,311	Lactose et autres solides
	18,437	16,550	
COMPONENTS PURCHASED ('000 kgs)			**COMPOSANTS ACHETÉS ('000 kgs)**
Butterfat	5,570	4,979	Matiére Grasse
Protein	4,763	4,293	Protéine
Lactose and other solids	8,193	7,336	Lactose et autres solides
	18,526	16,608	

SCHEDULE B

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
INDEMNITY FUND
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

ANNEXE B

LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
FONDS D'INDEMNITÉ
L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

	1999	(note 2) 1998	
Investment income	$ 34,847	73,732	$ Revenu sur investissement
Balance at beginning of year	1,038,307	964,575	Balance au début de l'exercice
Balance at end of year	$ 1,073,154	1,038,307	$ **Solde à la fin de l'exercice**
BALANCE REPRESENTED BY			**COMPOSITION DU SOLDE**
Cash	$ 21,192	899	$ Encaisse
Marketable securities	1,051,962	1,037,408	Titres négociables
	$ 1,073,154	1,038,307	$

SCHEDULE C

NEW BRUNSWICK MILK MARKETING BOARD
MILK QUALITY PENALTY FUND
THIRTEEN MONTHS ENDED JULY 31, 1999

ANNEXE C

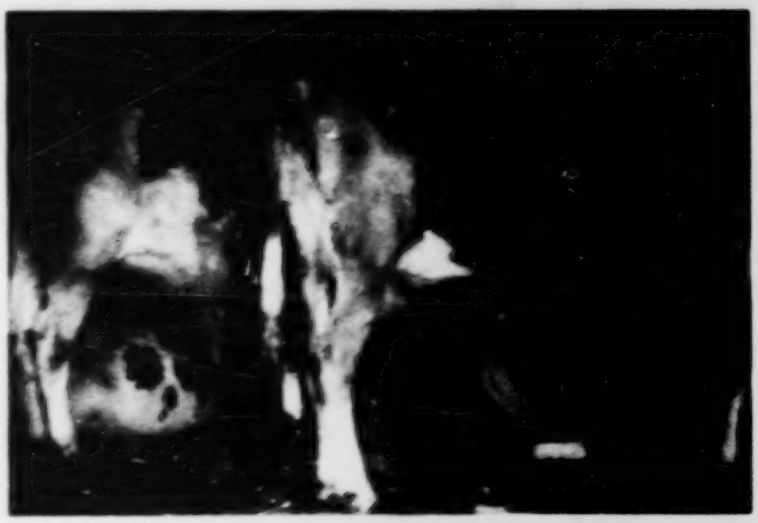
LA RÉGIE DE MISE EN MARCHÉ DU LAIT DU N.-B.
FONDS DES PÉNALITIES SUR
LA QUALITÉ DU LAIT
L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 JUILLET 1999

	1999	(note 2) 1998	
RECEIPTS			**RECETTES**
Penalties	$ 26,587	19,007	$ Pénalités
Interest earned	2,188	1,588	Intérêts gagnés
	28,775	20,595	
DISBURSEMENTS			**DÉBOURSEMENTS**
Fund withdrawal	12,373		Fonds retirés
	16,402	20,595	
Balance at beginning of year	79,355	58,760	Solde au début de l'exercice
Balance at end of year	$ 95,757	79,355	$ **Solde à la fin de l'exercice**
BALANCE REPRESENTED BY			**COMPOSITION DU SOLDE**
Cash	$ 41,601	27,312	$ Encaisse
Money market fund	54,156	52,043	Fonds marché monétaire
	$ 95,757	79,355	$

Rapport Annuel 1999

Régie de mise en marché du lait du N.-B.

Hier...

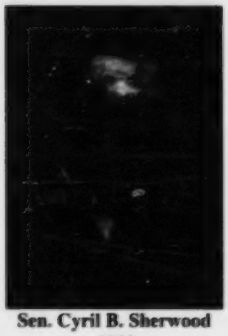


et aujourd'hui...

Temple de la renommée de l'industrie laitière du N.-B.

Grant Floyd
1984

Frank E. Lutes
1985



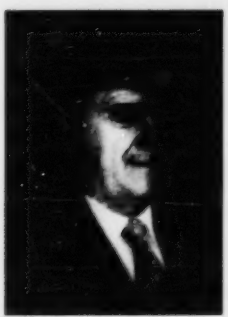
Sen. Cyril B. Sherwood
1985

Howard G. Trueman
1986

Joseph H. Laviolette
1986

Gustav A. Schousboe
1987

Albert G. Hanington
1987



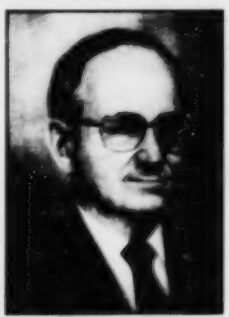
Dr. Douglas G. Moore
1988

Lionel J. Nadeau
1988

R. Lorne MacDougall
1989

E. Eugene Morris
1989

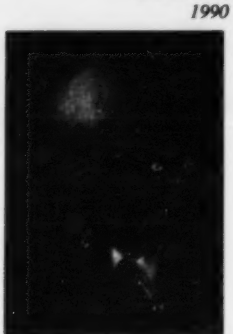
Earnest P. Jarvis
1990



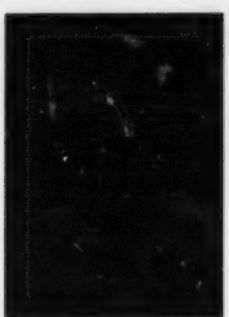
Dow Goodine
1991

Theodore Fowlie
1992

Percy Waddy
1993



Alan Saunders
1994



Gerard P. Duivenvoorden
1996

M. Wayne McLeod
1997

John Robinson
1998

L'ADRESSE DU PRÉSIDENT

La dernière année laitière a été très occupée pour le personnel et les directeurs de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick. Passer de dix directeurs à 7 directeurs a signifié plus de travail pour les membres du nouveau conseil, alors que la participation dans les activités du POE a signifié un travail supplémentaire pour le personnel et les directeurs. Cet exercice de fixer un contrat du POE était une étape importante afin de placer les producteurs à obtenir une part équitable du marché d'exportation. Avec cette activité, les producteurs du Nouveau-Brunswick sont mieux placés en ce qui concerne la sécurité des bons marchés d'exportation.

L'étude sur l'industrie laitière à été complété et a apporté plusieurs recommandations aux participants. L'industrie devra maintenant choisir quelle direction à suivre. Nous avons observé l'achat de Baxter Foods Ltd., une laiterie bien établi et avec un réseau qui s'étends à travers le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. L'acheteur, Dairyworld Foods, est l'une des plus grande coopérative laitière du Canada et le deuxième plus gros transformateur. Ceci n'est qu'un exemple de la rationalisation qui se déroule au Canada et au niveau international.

Le progrès à l'intérieur du pool P5 a été positif au cours de la dernière année. Nous sommes venus au cours de la première année complète à mettre les coûts de transport en commun et ceci s'est bien déroulé. L'issue au sujet du mouvement du lait pour équilibrer le partage des marchés dans le P5 a été résolue dès le 1 août 1999, excepté l'Île du Prince-Édouard. Une étude sur l'échange de quota entre les provinces est presque terminée et une analyse devrait être disponible vers la fin de l'année 1999. Une disposition signée en août 1995 à l'intérieur de l'accord P5 proposait une revue de l'entente après le 1 août 1999. Cette révision a commencé et le Nouveau-Brunswick a déjà indiqué ses inquiétudes qui sont reliées aux revenus des producteurs et la flexibilité des prix pour les transformateurs.

Sur la scène internationale, la décision du panel de l'OMC sur le défi des États-Unis et de la Nouvelle-Zélande a trouvé que le Canada était en erreur sur la façon dont il exerce la mise en commun des exportations prévues en 5(d) et 5(e) et la façon dont le Canada a accordé l'accès pour le lait de consommation sous le quota tarifaire. Ce défi ne compromet pas comment le Canada fera le marché domestique de son lait. Il traite seulement de la façon dont nous exportons les produits laitiers. Le Canada a fait appel de la décision du panel de l'OMC au comité d'appel de l'OMC. Ce comité a rendu sa décision le 13 octobre 1999 et a indiqué que l'interprétation du Canada pour le quota tarifaire sur le lait de consommation était correcte. Cependant, le Canada a perdu leur cause sur la question de 5(d) et de 5(e). Le Canada devra donc modifier la façon dont il exporte les produits laitiers. L'industrie étudiera cette décision et les producteurs devraient voir des modifications lors de la prochaine année sur la façon dont ils deviendront éligibles pour participer aux activités d'exportation.

Le programme optionnel d'exportation POE est toujours un sujet intense de discussion et continuera de l'être au cours des prochaines années. Les producteurs de lait du Nouveau-Brunswick ont avec succès été en pourparlers pour les contrats du POE avec des clients à l'extérieur du Canada et ont rempli un contrat depuis novembre 1998. Les étapes sont actuellement en cours afin d'essayer et de fixer un contrat pendant l'année civile 2000. Grâce à la coopération de Northumberland Cooperative Ltd., Dairytown

Products Ltd. et le ministère d'agriculture du N.-B., les producteurs de notre province ont pu prospérer.

Au cours des 26 dernières années, la solidarité des producteurs de lait du N.-B. nous a montrés comment une industrie est devenue plus forte pour accepter les nouveaux défis et pour améliorer la stabilité globale de nos fermes.

LE DEVELOPPEMENT DES POLITIQUES

Le conseil d'administration s'est réuni pour un total de dix-neuf (19) journées au cours de la dernière année laitière en plus de 3 conférences téléphoniques afin de traiter d'issues spécifiques. Les réunions automnales et printanières ont été tenues à travers la province pendant les mois d'octobre et d'avril, alors que la session de planification annuelle était tenue à Doaktown au Ledges Inn au début de septembre.

Le processus de restructuration qui a été mis en application pendant l'automne de 1998 a signifié qu'un directeur pour chaque zone révisée a dû être élu, ainsi que l'élection d'un directeur à l'échelle provinciale. Les producteurs suivants ont été élus au nouveau conseil d'administration pour 1999. Les termes furent échelonnés au début de la restructuration et retourneront à la limite de trois ans en 2001.

- Jacques Laforge par acclamation dans la zone 1 - Nord-Ouest pour un terme de trois ans
- John Schenkels élu dans la zone 2 - Bathurst/Dalhousie/Miramichi/Tracadie pour un terme de deux ans
- Stephen Demerchant par acclamation dans la zone 3 - Woodstock pour un terme de deux ans.
- Robert Speer élu dans la zone 4 - Fredericton pour un terme de deux ans.
- Reint-Jan (Ryan) Dykstra par acclamation dans la zone 5 - Moncton pour un terme de deux ans.
- Donald Bettle par acclamation dans la zone 6 - Sussex pour un terme de trois ans.
- Albert Neill élu comme directeur à l'échelle provinciale pour un terme d'un an.

Les directeurs sortants étaient Alan Prescott qui a représenté la région de Moncton pendant 7 années, Hans Bouma qui a représenté la région de Bathurst / Dalhousie / Tracadie pendant 5 années et Reginald Perry qui a représenté la région de Sussex pendant 4 années.

Le Conseil d'administration a élu l'exécutif pour 1999 et les positions ont été comblées comme suit :

Régie de mise en marché du lait du N.-B. 1999

Assis de gauche à droite : Robert Speer, 2ème vice-président; Jacques Laforge, président; Don Bettle, 1er vice-président.
Debout de gauche à droite : Stephen DeMerchant, directeur; Steve Michaud, secrétaire-gérant; Reint-Jan (Ryan) Dykstra, directeur; Don Johnson, C.C.P.F.; John Schenkels, directeur; Albert Neill, directeur itinérant; Darlene Myra, Secrétaire.

- Président - Jacques Laforge
- Premier vice-président - Donald Bettle
- Deuxième vice-président - Robert Speer

La première responsabilité de l'exécutif était de nommer les directeurs pour participer à de divers comités internes et externes pour traiter des issues provinciales et/ou nationales. Les membres de l'exécutif ont pris la responsabilité de représenter les producteurs sur divers comités nationaux, inter provinciaux et provinciaux. La représentation sur les organismes nationaux, tels que le Comité canadien de gestion des approvisionnements de lait (CCGAL) et le comité du P6 a été délégué aux membres de l'exécutif. C'est la responsabilité des membres de l'exécutif de travailler avec les représentants du gouvernement et les transformateurs pour réaliser des décisions qui sont bénéfiques pour les producteurs qu'ils représentent. Jacques Laforge a servi comme directeur auprès des Producteurs laitiers du Canada où il a représenté les producteurs pour aider le développement des positions nationales sur des questions telles que l'appel de l'OMC, la prochaine ronde de l'OMC, l'examen du code national du lait, etc...

Le conseil a établi diverses zones où des représentations ont été exigées. Ce qui suit est un échantillon des nombreux comités et issues auxquels les directeurs ont traité :

• Promotions	Albert Neill et John Schenkels
• Transportation	Stephen Demerchant et Reint-Jan (Ryan) Dykstra
• Quota	Reint-Jan (Ryan) Dykstra et John Schenkels
• Qualité	Stephen Demerchant et Robert Speer
• Comités locaux de lait	Albert Neill
• Gouvernement et fédérations	Stephen Demerchant
• Acte de l'opération du bétail	Robert Speer

Les recommandations de ces comités ont été utilisées pour établir les politiques du Conseil d'administration et de développer les positions de négociation.

En passant en revue les activités du conseil au cours de la dernière année, on a relevé de nombreux défis d'importance internationale, nationale et provinciale. Le conseil a eu à s'occuper non seulement de traiter toutes les issues domestiques habituelles telles que les marchés, le prix, la promotion et les systèmes de transport et de quota, mais il a, pendant les dernières années, dû prendre un rôle plus actif en fixant des marchés d'exportation pour les producteurs. Ces activités d'exportation étaient développées pour fournir au secteur laitier du Nouveau-Brunswick des occasions de marché qui encourageraient la croissance et la stabilité pour le secteur.

L'accord du pool P5 est entré dans sa quatrième année au cours de l'année laitière de 1998/1999 et on a prévu une révision en août 1999. Pendant la dernière année laitière, le P5 s'est concentré sur des questions concernant la responsabilité provinciale des excédents d'exportation, le transport du lait, la réalisation d'une enquête dur le quota, le mouvement de lait pour le partage des marchés, la discussion d'un programme optionnel d'exportation et la discussion des revenus du producteur. Toutes les provinces du P5 ont accepté d'harmoniser la flexibilité permise sous le système de quota quotidien. À partir d'août 1998, le Nouveau-Brunswick a ajusté la limite de crédit maximum de surproduction de 15 fois le quota quotidien du producteur à 20. Le crédit minimum ou de sous-production a été ajustée à 25 fois le quota quotidien du producteur au lieu de 30. Ce système de quota continue permet aux producteurs de contrôler individuellement leur cycle de production sans avoir a se préoccuper de la fin d'année laitière. Cependant, la province continue de fonctionner à l'intérieur d'une année laitière et la production hors

quota continue d'être calculée selon cette base.

Avant notre association au P5, nous avons anticipé que les politiques du producteur seraient probablement développées à l'intérieur du P5. Bien que ce soit vrai, personne n'a été préparé pour la quantité de négociations qui seraient exigées pour atteindre le consentement unanime. Cependant, une fois que des accords ont été conclus, les provinces ont pu bâtir sur les forces de chacune. Nous avons réussi la mise en commun en promotion ainsi que le transport. Nous pouvons seulement espérer que pendant que nous continuons sur ce long parcours que les bénéfices pour les futurs producteurs du P5 dépasseront les coûts de la balade.

OPÉRATIONS INTERNES

Il y a six membres du personnel à temps plein employés au bureau de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick dont la responsabilité principale est de compléter le cycle de marketing. Ceci inclut tout à partir de diriger la collecte de lait à la ferme, à accomplir les diverses tâches des mises en commun provinciales et nationales, aux paiements bi mensuels des producteurs. Le personnel aide aussi les directeurs dans la représentation des producteurs aux niveaux national et provincial, la mise en application des décisions politiques et le contrôle des ressources afin de s'assurer que les services exigés soient exécutés. Les responsabilités confiées au personnel de la RMMLNB sont en grande partie liées à l'établissement des prix, à l'allocation des quotas provinciaux et nationaux aux producteurs, l'échange de quota, la direction du lait, le paiement aux transporteurs, la vente, la facturation des transformateurs, les paiements aux producteurs, le bulletin et beaucoup d'autres services relatifs. Le personnel a dû traiter avec la charge du travail régulier ainsi que d'accomplir les tâches nécessaires liées à saisir des marchés d'exportation, leur financement et le paiement aux producteurs. La coopération est clé pour pouvoir effectuer toutes les responsabilités à l'intérieur d'un environnement où le changement est la norme et les ressources sont limités.

Assis : Rachel MacAskill, Renelle Baker, Darlene Myra. *Debout:* Stephen Lyne, Steve Michaud, Rick Sear.

Steve Michaud, secrétaire-gérant, est au service de la Régie depuis 1984. Il est responsable d'aider les directeurs dans le développement des politiques et est finalement responsable pour le bon fonctionnement de tout ce qui est associé au marketing du lait jusqu'au paiement final aux producteurs. Rachel MacAskill travaille pour la Régie depuis 1984. Ses responsabilités actuelles sont celles liées à la paye des

producteurs et à l'échange de quota. Renelle Baker travaille à la Régie depuis 1986, et elle est actuellement responsable du bureau de réception, comptes à payer et la coordination de l'assemblée annuelle. Steve Lyne est avec la Régie depuis 1989 et est responsable de la direction de lait, de la qualité, de la mesures du lait et des systèmes informatiques. Rick Sear a commencé à la Régie en 1996 en tant que comptable et a été instrumental au bon maintien des affaires financières de la Régie. Darlene Myra a commencé en 1997 comme secrétaire à la Régie. Elle est responsable de s'assurer que le compte rendu de réunions reflète la discussion du conseil et pour coordonner les activités nécessaires comme indiqué dans le procès verbal.

LES TENDANCES DU MARCHÉ ET DE LA PRODUCTION

Au cours de l'année laitière de 1998/1999 les producteurs du Nouveau-Brunswick ont expédié 5 173 717 kilogramme de matière grasse, soit le volume le plus élevé dans l'histoire du Nouveau-Brunswick. Le nombre des producteurs était 331 le 31 juillet y inclus 3 producteurs qui faisaient l'expédition sans quota et recevaient le prix mondial pour toute leur production. Ceci représente 11 exploitations laitières de moins qu'au 1 août 1998.

La matière grasse demeure la base utilisée pour établir les besoins du marché et en retour, est utilisée dans l'allocation des quotas aux provinces et aux producteurs. Les marchés industriels des produits laitiers sont gérés à l'échelle nationale par le quota de mise en marché (QMM), alors que les marchés de consommations demeurent une responsabilité provinciale. Les ententes pour partager les marchés entre les provinces fonctionnent dans deux régions du Canada. Ces régions ou pools sont reconnus comme le P4 (Colombie-Britannique, Saskatchewan, Alberta et le Manitoba) et le P5 (Ontario, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Québec et Île du Prince-Édouard).

Les producteurs du P5 ont débuté l'année laitière 1998/1999 avec une augmentation de quota de 1.5%. Cette augmentation était une combinaison d'une croissance du marché industriel canadien de 3.2% qui a été affectée par une légère diminution sur le marché de consommation P5 de 1%. Pour mettre en perspective, le quota d'un producteur P5 se compose de 62% industriel et de 38% consommation. Par conséquent, le marché industriel aurait augmenté les quotas du P5 de 1,9%. Cependant, ceci a été légèrement compensé par une réduction de 0.4% du marché de consommation P5.

Le 1 août 1998, la part du Nouveau-Brunswick de 2.27% des 210 107 833 kilogrammes de quota de matière grasse dans le P5 fut établi à 4 770 419 kilogrammes. Ce volume représentait le marché domestique que le Nouveau-Brunswick pouvait fournir pendant l'année laitière de 1998/1999. La distribution du marché P5 est de 38% consommation et 62% industriel. La Régie a émis 13 083 kilogrammes de quota quotidien le 1 août 1998 à ces producteurs laitiers, ce qui était équivalent à 100.1% du quota alloué à la province dans le P5.

La Régie a du d'abord combler un contrat optionnel d'exportation. Les producteurs du Nouveau-Brunswick qui ont qualifié à participer dans le marché optionnel d'exportation ont expédié 292 377 kilogrammes de matière grasse à cette opportunité du marché, représentant 5.6% des livraisons de lait. La restant de la production était disponible pour remplir le marché domestique de 4 770 419 kilogrammes de matière grasse, représentant 92.2% des livraisons. Un montant additionnel de 23 598 a été utilisé pour remplir la croissance du marché de consommation du P5 en 1998/1999. Le reste, 87 323 kilogrammes de matière grasse, qui était 1.8% au-dessus de l'allocation du quota du P5 du Nouveau-Brunswick, a été

considéré comme hors quota provincial et a été lancé sur le marché tel quel à travers le P9.

La forte croissance industrielle canadienne du marché a continué au cours de l'année laitière de 1998/1999. La consommation canadienne des produits laitiers est demeurée tout à fait forte avec des augmentations dans pratiquement chaque catégorie des produits laitiers, particulièrement dans le fromage. Les exigences domestiques pour la crème et le lait industriel pendant l'année de 1998 /1999 ont augmenté par près de 2 pour cent comparés à l'année précédente. Bien que la croissance ait été forte, le Comité canadien de la gestion des approvisionnements de lait (CCGAL) a accepté lors de sa réunion du 13-14 juillet 1999 de mettre à jour le quota de mise en marché (QMM) au même niveau que l'année dernière, tout en réduisant en même temps le niveau des exportations prévues qui ont été incluses dans le calcul du QMM . Le marché de consommation a augmenté comparé à l'année précédente. Ceci a eu comme conséquence, une augmentation aux quotas quotidiens du P5 de 0.6% et ceci dès le 1 octobre 1999. Tel qu'adopté par le CCGAL, le P5 mettra également en application une formule plus sensible d'ajustement du quota basée sur une moyenne roulante des indicateurs du marché qui déclencheraient une augmentation ou une diminution basée sur un seuil confirmé.

L'ÉCHANGE DE QUOTA

Le prix de vente d'échange du quota quotidien de production s'est classé entre 14 800$ et 19 150$ par kilogramme pendant l'année laitière de 1998/1999. Pendant l'année laitière, 395.8 kilogrammes du quota quotidien se sont déplacés entre les producteurs du Nouveau-Brunswick comparés à 681.7 kilogrammes lors de l'année précédente. Cinquante-neuf pour cent des mouvements ont eu lieu sur l'échange du quota. Le 41% qui reste était en partie le transfert du quota de 100% et les transferts des opérations tel qu'approuvé par la Régie. Les prix du quota dans le P5 ont changé d'une province à l'autre. Ceci, en plus que d'autres facteurs, a mené l'Ontario et la Nouvelle-Écosse à se retirer de l'échange du quota entre les provinces. On peut espérer qu'une analyse fournira des explications pourquoi de telles variations existent et fournissent aux provinces les arguments nécessaires pour décider si elles devaient entrer à nouveau l'échange de quota inter-provincial.

LES RETOURS DES MARCHÉS ET LES PAIEMENTS AUX PRODUCTEURS

À partir du 1 février 1999, la Commission canadienne du lait (CCL) a ajusté le prix cible de support par 1 .12$ par hl incluant le 0.85$ par hl pour le recouvrement des subventions. Ceci a eu comme conséquence une augmentation nette des retours industriels du marché de 0.27$ par hl. La RMMLNB, de même que des autres provinces, a été consternée par le niveau de l'augmentation, et a fait connaître ses vues au Président de la Commission canadienne du lait. Le P5 a ajusté ses prix indicatifs de la classe industrielle et de consommation le 1 février 1999, tout en respectant les flexibilités des prix provinciaux. Ceci a eu comme conséquence aucune augmentation mesurable aux retours de producteur dans le P5.

Le paiement direct de la CCL aux producteurs de lait était de 2 103 000$, soit une diminution de 20% comparé à l'année précédente. La perte de ce revenu sera récupérée des prix accrus des classes industrielles qui ont été ajusté 1 février 1999.

Les producteurs au Nouveau-Brunswick continuent d'être payés sur une base composante multiple. Les prix de la matière grasse, de la protéine et du lactose et les autres solides ont respectivement varié d'un

mois à l'autre selon les marchés fournis. Les retours des marchés domestiques, spéciaux du marché mondial ont affecté les retours provinciaux mensuels du pool.
La moyenne des prix payés aux producteurs, à l'exclusion des frais d'administration, de laboratoire, de promotion et de transport, pour le lait contenant les composants moyens provinciaux de 3.857 kg/hl de matière grasse, de 3.2929 kg/hl de protéine et de 5.6538 kg/hl de lactose et d'autres solides étaient comme suit :

- **Domestique** **56.56$**
- **Exportation optionnelle** **33.58$**
- **Prix mondial** **21.93$**

La Régie a dirigé 92% des livraisons des producteurs vers le marché domestique. Les retours de ce marché ont augmenté approximativement de 1.00$ par hl comparé à l'année dernière. Cependant, nous devons escompter ceci par les effets de la perte du paiement direct qui est équivalent à plus de 0.51$ de l'augmentation. La vraie augmentation aux retours du producteur est moins de 0.8%. Le retour du producteur a varié légèrement d'un mois à l'autre pour la majeure partie de l'année. Cependant, il y eu des mois quand le retour a varié beaucoup. Le retour le plus bas a été 53.23$, le plus haut 60.60$ par hl.

La Régie a expédié une quantité de lait équivalente à 5.6% de la production totale sur le marché d'exportation. Ce marché optionnel d'exportation du Nouveau-Brunswick a rapporté des retours variables pendant l'année. Ces variations étaient dues à de grands excédents sur le marché mondial qui a diminué des prix par 25% comparé à l'année précédente, au changement du dollars Canadien contre celui des États Unis, et l'application des tarifs plus tôt que prévue. Cependant, les retours du marché entre le 1 novembre 1998 au 31 juillet 1999 étaient équivalents à 33.58$ par hl en excluant les frais de transport de d'administration. Le paiement du POE aux producteurs a varié de 25.69$ à 37.52$ pendant l'année laitière.

La Régie était responsable de commercialiser un 2.2% supplémentaire de la production totale sur le marché mondial. Les producteurs qui étaient en mesure d'expédier le lait sur le marché mondial ont reçu les prix qui ont varié entre 16.57$ et 26.27$. Les producteurs étaient payés pour 91 611 kilogrammes de matière grasse au prix de marché mondial pendant l'année laitière, cependant, les producteurs fonctionnent dans un système continu de quota, sans aucune fin de l'année laitière. La province était responsable de la production du prix mondial dans la quantité de 87 323 kilogrammes de matière grasse pour l'année laitière de 1998/1999.

Les producteurs du Nouveau-Brunswick ont continué de supporter les programmes provinciaux tels que le programme du lait-école soit par un rabais de 10.00$/hl pour le lait vendu dans les écoles au Nouveau-Brunswick. Le Nouveau-Brunswick continue également de supporter un programme d'utilisation de la matière grasse pour réduire les effets de l'écrémage en fournissant un rabais pour les transformateurs qui mettent 3.5% MG dans leur lait homogénéisé au lieu de l'exigence minimum de 3.25%.

COÛT DE PRODUCTION

Le projet d'analyse commerciale laitière du Nouveau-Brunswick a été terminée et la Commission canadienne du lait (CCL) a reçu des données provisoires. La Corporation d'amélioration du bétail laitier de l'Atlantique était responsable de rassembler l'information et le ministère d'agriculture du Nouveau-Brunswick a effectué l'analyse et a préparé les données pour la CCL. La CCL continue de travailler vers

son but d'avoir un échantillon représentatif des exploitations laitières de toutes les provinces à travers le Canada. La CCL, sous les directives du ministre de l'Agriculture et avec le Conseil du comité consultatif, établie un retour juste aux producteurs de lait pour leur produit. La CCL incorpore les données provinciales dans leur formule d'évaluation où des divers facteurs d'efficacité sont appliqués. Avant le P5, la RMMLNB utilisait ses données provinciales pour déterminer si une augmentation du prix de consommation était nécessaire. Actuellement, des augmentations futures du prix de consommation au Nouveau-Brunswick sont maintenant basées sur les ajustements aux prix cibles du P5. La Régie a décidé au début de 1999, de s'éloigner de l'étude provinciale vers une représentation plus nationale. Le Nouveau-Brunswick a délégué le procédé de sélection, de collection et d'analyse au Québec. Dans sa sélection d'un échantillon représentatif, le Nouveau-Brunswick fera maintenant parti de la base de données combinée représentant la zone géographique des deux provinces.

Les Producteurs laitiers du Canada (PLC) ont déploré l'ajustement minimale du prix cible au 1 février 1999 par la Commission canadienne du lait (CCL). Il est clair que l'effet cumulatif du nombre de facteurs d'efficacité maintenant incorporés dans les calculs du coût de production fait que le calcul ne reflète plus un retour adéquat pour les producteurs efficaces. Les analyses économiques ont démontré qu'en 1997, seulement 28% des producteurs de l'Ontario et de 16% des producteurs du Québec ont reçu leurs coûts de production.

Le fait que les commissaires de la CCL ont pas réduit la différence entre le coût de production et le prix cible a signifié que, en fait, seulement 14% des producteurs d'Ontario et de 6% des producteurs du Québec ont reçu leurs coûts de production cette année. Depuis 1975, le prix cible du producteur et l'Index des prix des produits laitiers (IPPL) sont sous l'Index total du prix du consommateur (ITPC). Au cours des 23 dernières années, la ITPC a augmenté de 215%. En comparaison, le IPPL a augmenté de 189%, alors que le prix cible du producteur augmentait de seulement 128%.

Le mois de juin a été marqué par la 7ième étude consécutive trans-frontière sur le lait et les produits laitiers pour les Producteurs laitiers du Canada. Au cours des trois dernières années, les résultats de ces études ont uniformément indiqué que les consommateurs aux États-Unis payent considérablement plus que les consommateurs canadiens pour le même panier de marchandises laitiers. Cette plus récente étude prouve qu'un panier de produits laitiers achetés au Canada est 38.67% moins dispendieux que le même panier des produits laitiers achetés aux États-Unis. Les résultats de l'étude sont une réflexion des avantages de la gestion des approvisionnements. Sous la gestion des approvisionnements, les producteurs laitiers du Canada reçoivent des retours relativement stables pour le lait qu'ils produisent. C'est cette stabilité qui assure que les consommateurs canadiens reçoivent un approvisionnement régulier en lait et de produits laitiers de qualité à des prix raisonnables.

DISTRIBUTION DU LAIT CRU

Au cours de l'année laitière de 1998/1999, il y eut plus de 5 000 chargements de camion de lait qui ont été collectés des producteurs du Nouveau-Brunswick. En moyenne, on a besoin de 11 heures de route pour chaque itinéraire, conduisant ainsi tout près de 350 kilomètres, avec plus de 22 000 litres de lait cru à bord. Les transporteurs sont payés selon une formule qui les compense le temps et la distance ainsi que les autres facteurs tels que les coûts fixes, le carburant, l'entretien et l'administration. Afin de réduire les coûts de transport de la fin de semaine, la Régie continue de compenser les usines de lait de consommation pour demeurer ouvert le samedi quand l'épargne est avantageuse. Au Nouveau-Brunswick, le coût total du

transport y inclus la compensation pour le samedi était équivalent à 2.58$ par hl.

La formule de transport au Nouveau-Brunswick a été minutieusement étudiée par les autres provinces du P5, dues au taux élevé par hl. Cependant, quand le Nouveau-Brunswick convertit ce taux sur la base du kilomètre, il est évident que la flotte du Nouveau-Brunswick fonctionne aussi efficacement que n'importe quelle autre province. Nous avons travaillé fort à développer une formule qui est transparente pour tous les partis, de sorte que toutes les inquiétudes puissent être facilement soulevées et adressées. Cette transparence a été un atout définitif pour améliorer la compréhension entre les transporteurs et la Régie, ainsi que la défense de nos coûts provinciaux de transport devant le P5.

Bien que les défis de la tempête de verglas de 1998 soient passés, le printemps de 1999 a eu ses propres défis pour nous. La production forte pendant les mois d'hiver et de printemps au Nouveau-Brunswick, en plus d'une réduction provisoire de la capacité de l'installation à l'usine résiduelle au Nouveau-Brunswick a exigé qu'on déplace du lait en dehors de la province. Le fait que d'autres provinces ont éprouvé les mêmes problèmes a rendu difficile de trouver un endroit pour tout ce lait pendant les mois de janvier à avril. Toutes les personnes impliquées dans l'industrie de lait au Québec, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse ont aidé de leur mieux pendant ce temps. Plus de 3.3 millions de litres de lait cru a été déplacé hors du Nouveau-Brunswick aux provinces voisines. En ce qui concerne l'accord de mouvement de lait conclu au P5, le Nouveau-Brunswick déplacera le lait vers le Québec à partir du 1 août 1999 afin d'équilibrer les parts du marché. Présentement, ce volume est équivalent à 2 chargements par semaine.

La mise en commun des coûts de transport dans le P5 a débuté le 1 août 1998. Le P5 a formé un Comité de transport afin de réviser chaque formule de transport des provinces afin de s'assurer qu'on continuera de rechercher des efficacités par les diverses délégations provinciales de transport. Les producteurs du Nouveau Brunswick restent le seul groupe de producteurs qui compensent les transporteurs pour le coût de lavage de leur camion. Puisque le coût n'est pas mis en commun dans le P5, la Régie avait été en pourparlers avec les transformateurs pour absorber ces coûts comme le font ceux des autres provinces. Le taux de transport des producteurs du Nouveau-Brunswick a reflété celui du P5 avec l'exception des lavages de camion. Le taux moyen pour l'année laitière de 1998/1999 était de 2.22$ par hl, incluant le 0.08$ par hl qui en coûte pour le lavage du camion.

La responsabilité de la Régie afin d'assurer l'équité parmi les producteurs était une des raisons principales pour sa décision de faire appel aux services d'un vérificateur de mesures International Dairy Calibrations of Atlantic en juillet 1999. Cette compagnie calibrera tous les réservoirs de lait dans la province au cours des années à venir. Ce service est nécessaire pour s'assurer qu'il y a une équité parmi les producteurs, et aidera la Régie à obtenir une base solide pour comparer les lectures de la ferme à celle du lecteur à l'usine. Le niveau du rétrécissement du Nouveau-Brunswick au cours de l'année laitière de 1998/1999 était de 0.63%, soit plus de deux fois la norme acceptable de 0.25% dans les autres provinces.

LA QUALITÉ DU LAIT

Des échantillons de lait sont régulièrement vérifiés par le laboratoire provincial de Fredericton pour les bactéries, les cellules somatiques, les inhibiteurs artificiels et l'eau ajoutée. Tous les producteurs qui éprouvent des problèmes avec la qualité reçoivent une visite du personnel du Ministère d'Agriculture du Nouveau-Brunswick qui essayera de résoudre le problème. Au cours de l'année laitière de 1998/1999, la moyenne du compte des cellules somatiques a monté à 262,862 du niveau de l'année précédente de 230 530. La Régie, avec le personnel du ministère surveille ceci et tous deux ont coopéré à fournir des ateliers de qualité de lait à travers le Nouveau-Brunswick en janvier et février 1999. Le dénombrement en boîte de pétri a diminué de 9 310 à 8 007. Le dénombrement après pasteurisation a passé de 163 à 179.

Les quantités de lait qui ont été refusées à la ferme ou le nombre de chargements qui ont été détournés à l'usine pour des raisons de qualité continuent à diminuer. Au cours de l'année laitière de 1998/1999, le nombre de chargements refusés a représenté 35 000 litres ou 0.026% de toutes les livraisons. Trois chargements partiels sont avérés non vendables selon les Règlements de la qualité du lait sous la loi des produits laitiers et ils ont été rejetés en conséquence. Au sujet des infractions du producteur, 62 infractions séparées ont été identifiées pendant l'année laitière de 1998/1999 pour le lait qui n'a pas rencontré les limites de qualité acceptable tel qu'établi par la Commission de commercialisation des produits de ferme du Nouveau-Brunswick.

Un programme de prix d'excellence a été établi pour encourager la production du lait de qualité dans la province. Le programme a été crée afin de récompenser ceux qui peuvent produire du lait d'excellente qualité et de fournir une incitation pour ceux qui vont améliorer leur situation à un niveau plus acceptable. Le but d'un tel programme est d'améliorer la qualité globale du lait dans la province.

Les prix d'excellence

Dix producteurs recevront 500$ chacun pour avoir les meilleurs résultats combinés sur des comptes de plaques standards et de cellules somatiques et rencontreront les critères suivants.

- Un dénombrement en boîte de pétri de moins de 5 000 bactéries/ml pendant 11 ou 12 mois.
- Compte de cellules somatiques de moins de 200 000 ml pendant 11 ou 12 mois.
- Un pointage moyen d'inspection de ferme de plus de 90% pour l'année laitière.
- Aucune pénalité pour inhibiteur ou d'eau ajoutée au cours de la dernière année.

Les producteurs qui répondent aux critères ci-dessus recevront également une enseigne pour l'identification de leur excellente qualité de lait. Ces producteurs qui répondent aux critères pour plus de deux années consécutives recevront également une broche reflétant leurs efforts.

- Bronze - 3 ans Argent - 5 ans Or - 10 ans

Des trophées et des plaques seront attribués à la première position pour le dénombrement en boîte de pétri, le compte des cellules somatiques et l'inspection de la ferme. Le prix du producteur de l'année sera accordé au producteur qui aura le meilleur rang combiné basé sur les comptes de plaques standards et de cellules somatiques.

Les prix de l'amélioration
Dix producteurs recevront 500$ chacun pour avoir réalisé une amélioration dans les résultats combinés de leurs plaques standards et de cellules somatiques en rapport à l'histoire de l'année précédente.

Le recouvrement des pénalités
La Régie a adopté une politique où un producteur pourra regagner les pénalités des 24 mois de la date quand il a, avec succès pendant 12 mois consécutifs, maintenu du lait de qualité acceptable. Les premières pénalités ont été regagnées pour ce programme à partir du 1 août 1999.

BOURSES D'ÉTUDES

Il y a trois bourses disponibles pour ceux intéressées à poursuivre leurs études universitaires ou techniques.

La bourse commémorative de Georges B. Whalen
Cette bourse de 750$ est attribuée à un/e étudiant/e de deuxième, troisième ou quatrième année d'études dans un programme approuvé d'un degré universitaire lié à l'industrie laitière. Le récipiendaire de cette bourse pour cette année est **Darcie L. McCullum de Sussex, N.-B.** Darcie est inscrite à l'université vétérinaire de l'Atlantique à l'Île du Prince-Édouard où elle étudie la médecine vétérinaire.

La bourse commémorative de la RMMLNB
Cette bourse de 750$ est attribuée à un/e étudiant/e accepté/e en première année dans un programme relié à l'agriculture. Le récipiendaire de la bourse commémorative de la RMMLNB pour cette année est **Amy L. Bourgoyne de Harvey, N.-B.** Amy est inscrite à l'université agricole de la Nouvelle-Écosse où elle étudie les sciences économiques de l'agriculture.

La bourse d'études de la RMMLNB
Cette bourse de 750$ est attribuée à un/e étudiant/e de première année dans un programme approuvé de technicien ou de technologie. Le récipiendaire de la bourse de la RMMLNB pour cette année est **Leith D. West de Dundas, N.-B.** Leith est inscrite à l'université agricole de la Nouvelle-Écosse où elle étudie en technologie agricole.

MILK MARITIME INC.

Alors qu'une autre année prend fin, l'industrie laitière du Canada relève quelques défis excitants et inquiétants. Milk Maritime Inc. fait également face à certains de ces mêmes défis.

Dans le passé, la Milk Maritime Inc. a été un partenaire avec la Coalition du lait de consommation (Ontario et Saskatchewan), dans le développement et l'exécution des campagnes de publicité. Lors des réunions annuelles des producteurs de l'an dernier, Milk Maritime Inc. a expliqué la méthode qui était suivie pour développer et exécuter une nouvelle campagne publicitaire pour le lait dans les Maritimes. Une partie de l'explication inclut le développement et l'essai des idées locales. Si les idées développées

localement s'avéraient plus pertinentes dans la phase d'essai du processus, Milk Maritime Inc. quitterait la coalition et développerait sa propre campagne de publicité pour les Maritimes. Les résultats de ce processus ont été rendus officiels le 5 décembre 1998. La recherche présentée au Conseil d'administration de Milk Maritime Inc. a supporté la notion de développer une campagne publicitaire dans les Maritimes pour les Maritimes en raison de la recherche réalisée dans les Maritimes. Je passerai en revue le processus suivi qui a mené à la décision et je présenterai le rapport des résultats et les prochaines étapes à suivre.

En mars 1998, Milk Maritime Inc. a donné à contrat une recherche locale pour terminer un projet pour déterminer ce qui convaincrait les personnes des Maritimes à boire plus de lait. En même temps, Milk Maritimes Inc. a passé en revue la situation démographique des provinces maritimes telle que présentée par Statistiques Canada et l'étude de marché du Financial Post. Milk Maritime Inc. a également continué à passer en revue les données de consommation annuelle tel qu'indiqué dans les faits de l'étude de marché de la consommation de boisson. Suite à cette révision très détaillée du marché, Milk Maritime Inc. dirigera son effort vers une stratégie de nourriture et de lait qui sera visée aux adultes de 30-49 ans.

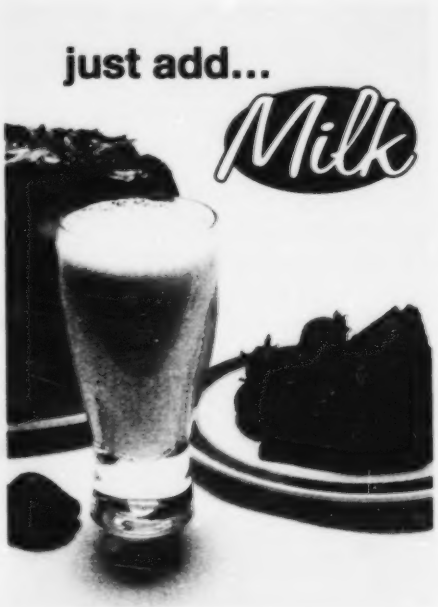
Comme le processus se présente, plusieurs campagnes exécutées par d'autres provinces ont été révisées avec les résultats de la recherche en tête. Les concepts développés par l'Ontario, l'Alberta et le Québec étaient inclus dans le processus. En même temps, un concept localement développé était également testé avec les mêmes personnes. En raison du résultat de ce concept, la décision de quitter la Coalition du lait de consommation et de développer une campagne dans les provinces des Maritimes a été prise par le Conseil d'administration le 5 décembre 1998.

LA CAMPAGNE

La campagne est intitulée "Ajoutez tout simplement... du lait "a été lancé le 1 mars 1999. Elle mentionne le lait comme un produit qui est complémentaire à toute nourriture. La première phase de la campagne se compose de deux spots publicitaires de 30 secondes à la télévision et de 4 publicités de radio de 30 secondes, de deux annonces sur une page entière d'une revue et de quatre annonces sur des panneaux extérieurs.

Les publicités à la télévision montrent une variété de nourriture en association avec le lait. Les nourritures choisies dans les publicités sont le résultat des réponses données pendant la phase de recherche de ce projet. Les nourritures principales montrées dans les publicités sont un gâteau au chocolat, biscuits aux brisures de chocolat, un sandwich, du spaghetti et des muffins. Tous les éléments choisis ont pour but de faire ajouter le lait en tant que votre boisson de préférence lors de votre casse-croûte. En plus de montrer des clips de nourriture appétissante, il y a deux morceaux distincts de musique. Le premier est lent et calme, alors que l'autre morceau a plus de rythme. Chaque morceau est choisi afin d'être joué pendant différent temps de la journée. La pièce lente est jouée plus tard dans la journée tandis que la pièce rythmée est jouée de bonne heure dans la journée. La pièce calme est intitulée "If ever you were mine "et la pièce rythmée est intitulée "Gospel " basé sur le style de la musique.

Les quatre publicités à la radio placent encore le lait comme une boisson de choix pour votre casse-croûte. Les situations jouées dans les publicités à la radio sont celles qui sont connues aux gens des Maritimes. Celles-ci visent ceux qui arrivent à la maison plus tard en soirée et satisfait votre faim avec un grand verre de lait froid ainsi que votre casse-croûte préféré. Les publicités étaient initialement présentées à l'Île du Prince-Édouard et dans la vallée d'Annapolis. Cette année, elles seront présentées dans toutes les Maritimes à l'exception de Halifax. Les publicités sont intitulées "Doris's Cookies", "Aging Hockey Pool", "Truck Stop" et "BLT".



Les annonces dans les revues suivent également la même direction créatrice que les spots publicitaires à la télévision. Les photos ont été prises directement des spots publicitaires à la télévision et ont recrée comme annonces de revues. Ces photos combinent tous les éléments du spot publicitaire de la télévision. La nourriture, le placement du lait dans la photo et le logo ont été employés pour augmenter l'identification du consommateur de la campagne. Le créateur utilisé pour les annonces des revues est le muffin et le spaghetti. Les revues qui sont utilisées pour une portion de la campagne sont Readers Digest, Canadian Living et Chatelaine. La revue Homemakers a été utilisée en juin 1999, mais ne sera plus utilisée car on a déterminé selon la base du lectorat de la revue qu'un achat plus pertinent pourrait être réalisé en utilisant Readers Digest plus souvent au lieu de Homemakers. Les annonces extérieures suivent la même règle que les annonces des revues. Utilisez le plus d'éléments possibles des spots publicitaires à la télévision augmentent l'identification de la campagne auprès du consommateur. En plus, les exécutions ont été développées directement hors des photos de la publicité de la télévision. Les grands verres de lait froid et la nourriture appétissante comme partenaires du lait sont la cible. Les publicités extérieures utilisées étaient des affiches, des abris de passage et des grands panneaux. Sur les affiches (10x20), le créateur est le spaghetti, le fruit et les biscuits. Sur les abris de passage, le sujet utilisé est le gâteau au chocolat, les muffins et les biscuits. Le sujet du grand panneau est le gâteau au chocolat, le spaghetti et le fruit.

Pour mesurer l'efficacité des deux sources de la campagne, les deux sources ont été examinées. La première a été l'étude de marché auprès des consommateurs afin de déterminer si elle tenait compte de la campagne et comment elle a été exécutée en comparaison avec les campagnes : "Buvez du lait" et "Profitez de la vie". La seconde avait pour but de réviser les états de ventes fournis par le ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, la Régie de mise en marché du lait de l'Île du Prince-Édouard et la Commission du lait de la Nouvelle-Écosse.

Les résultats de l'étude de marché étaient très positifs. Ci-dessous vous trouverez quelques extraits de l'étude.

Les résultats prouvent que le lait a doublé sa position comme boisson préférée des consommateurs. Comme la publicité du lait était la seule publicité pour démontrer une augmentation de rappel, ceci indique que la publicité « Ajoutez tout simplement... du lait » a joué définitif dans cette augmentation

Dans la cible de marché des 30 à 49 ans, le pourcentage qui a indiqué l'annonce « Ajoutez tout simplement... du lait » leur a donné le goût d'un verre de lait a doublé comparativement au pourcentage qui a indiqué que l'annonce de Brian. (16% - 33%)

C'était également le cas parmi les 19 à 29 ans où l'augmentation du désir pour un verre de lait était encore plus grande (10% à 38%).

Parmi les 50 à 64 ans, il y avait un déclin dans le désir pour un verre de lait (37% à 23%), et un faible changement s'est produit dans la catégorie d'âge 65+ ans. (35% à 40%)

Les états de vente ont également montré quelques résultats très positifs. Les figures démontrées ont lieu pour la période de janvier à août 1998 comparativement à la période de janvier à août 1999. L'Île du Prince-Édouard démontre une croissance de 159 106 litres, la Nouvelle-Écosse démontre une croissance de 922 723 litres et le Nouveau-Brunswick démontre une croissance de 1 335 058 litres.

Prochaines Étapes

Basé sur les résultats de l'étude de marché et des rapports de ventes, Milk Maritime Inc. a commencé le travail de la phase 2 de la campagne "Ajoutez tout simplement ..... du lait" . La deuxième phase sera lancée en janvier 2000. Certains des changements prévus seront :

- **verser plus de lait**
- **plus de couleurs de fond distinctes**
- **augmenter la valeur nutritive sans éliminer le chocolat**
- **nouvelle musique pour la variété**

Les mêmes principes seront utilisés pour la deuxième phase au niveau de la publicité de la télévision, la radio, les revues et de l'extérieur.

Autres Projets

Le personnel de Milk Maritime Inc. travaille également à développer deux autres projets pour la prochaine année. Le premier est le lait au chocolat et le second est une campagne dirigée pour les femmes. Nous donnerons un rapport des résultats lorsque le progrès se produira.

Programme de lait-école

Le programme de l'école primaire continue de fournir des messages d'éducation nutritive en utilisant la campagne animée de la télévision. Ces campagnes dans les écoles sont supportées par des matériaux d'impression telle que les affiches, des informations pour les parents et les unités d'information nutritive pour l'enseignant. Les écoles ont également l'occasion de participer à une levée de fonds pour leur école et de gagner 1 000$.

La campagne des écoles intermédiaires et secondaires correspond aussi à notre combinaison "Ajoutez tout simplement .... du lait" en utilisant les matériaux d'impression dans les écoles. Les matériaux au point d'achat dans l'école incluent les affiches génériques, les affiches d'enseignement nutritif et les tabliers pour le personnel de la cafétéria. Les écoles peuvent participer à un concours pour gagner 1 000$ pour des activités ou des projets d'école.

Communications Nutritives

La section des communications nutritives continue de fournir des matériaux d'éducation aux consommateurs et aux professionnels de la santé. Ceci est réalisé, en partie, grâce aux conférences de nutrition données par nos quatre diététiciens à travers les Maritimes. Milk Maritime Inc. participe également aux conférences professionnelles telles que les diététiciens et les pharmaciens etc.. en fournissant des matériaux d'impression de nutrition. De plus, en collaboration avec les Producteurs laitiers du Canada, nous fournissons également une machine pour mesurer la densité des os avec un technicien qualifié pour les divers événements et les conférences.

La section de nutrition fournit une grande variété de matériaux d'impression d'éducation de notre inventaire étendu. Les consommateurs et les professionnels bénéficient de nos ressources populaires. Un bulletin publié à tous les trois mois, le fichier nutritif, avec une liste d'expédition de 3 000 noms seront fournis aux professionnels de la santé et à une variété d'organismes. Certains de ces groupes sont le YMCA, le YWCA et le TOPS. Une carte nutritive d'information /recette qui a été nouvellement développée sera distribuée avec les futures issues du fichier nutritif.

Une tournée, semblable à celle exécutée en mai 1999, aura lieu en mars et en avril 2000. Les deux groupes cibles clés pour cet événement sont les infirmières et des personnes de média. L'année dernière, les deux groupes étaient des diététiciens et les consommateurs. Les médias et les infirmières offrent des possibilités intéressantes afin de transmettre l'information nutritive du lait à un plus grand nombre de personnes.

Une promotion excitante pour « mars le mois de nutrition » aura lieu en mars 2000. Cet événement impliquera une promotion possible et un concours pour les diététiciens qui recevront comme prix le livre de recette intitulé "Great Food Fast". Le matériel des producteurs laitiers comprend des affiches, des feuilles éducatives et des t-shirts qui seront par la suite expédié par les Producteurs laitiers du Canada pour être distribué aux diététiciens et aux écoles.

En conclusion, le matériel pour les bourses d'études de l'industrie laitière des Maritimes a été condensé en une forme bilingue et sera disponible sur le site Internet des Producteurs laitiers du Canada. Les formulaires seront également distribués par les réseaux habituels. (université, collèges, etc...)

Administration

Milk Maritime Inc. continue de fonctionner avec un personnel de quatre employés à temps plein. Nous avons un nouvel administrateur, Jolene Antle. Jolene s'est jointe à la compagnie le 31 août 1999. Notre bureau est situé au 191 rue Halifax, suite 3, Moncton.

Soumis par Paul Henderson, Gérant, Milk Maritime Inc.

NOTES